

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการของฝ่ายตรวจสอบสภาพรถ สำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรีของประชาชนผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าจากทฤษฎี เอกสารตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีสาระสำคัญดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการและการบริการ
2. ประวัติความเป็นมาของกรมการขนส่งทางบก และสำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรี
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการและการบริการ

แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพ สามารถพิจารณาได้จากหลายมุมมอง และสาขาความรู้ หลากลักษณะ ทางเศรษฐกิจ สังคม การตลาด จิตวิทยาและการวิจัยการดำเนินการ (Khantanapha, 2000, p. 8) โดยจากมุมมอง คุณภาพเป็นเรื่องทางเทคนิคที่ปัจจุบันได้รับความสำคัญอย่างยิ่งจากผู้บริหารระดับสูง (Top Management Agenda) และเป็นหนึ่งในปัจจัยพื้นฐานของการสร้างสมรรถนะ การจัดการและการแข่งขันให้กับองค์กร และได้รับความสนใจอย่างเห็นได้ชัดในช่วงหลายคริสต์ทศวรรษที่ผ่านมา แต่ในมุมมองเชิงปรัชญา (Philosophical View) คุณภาพเป็นคุณลักษณะแห่งความคิดและบรรดาถ้อยแถลงที่เชื่อมั่นว่าจะก่อให้เกิดผลดังที่คาดไว้ (Pirsig, 1974 cited in Khantanapha, 2000, p. 8) ความเป็นนามธรรมของคุณภาพนี้ ทำให้เรายากที่จะให้คำนิยาม ความหมายของคุณภาพได้ เนื่องจากคุณภาพมักเป็นคำที่จะต้องพิจารณาในเชิงสัมพัทธ์กับตัวของมันเอง

นักวิชาการที่มีชื่อเสียงซึ่งได้ให้ความหมายของคุณภาพที่ได้รับการยอมรับกันอย่างแพร่หลายได้แก่ โจเซฟ จูแรน (Joseph Juran) ประมวลรายด้านการบริหารงานคุณภาพ ผู้เสนอแนวคิดระบบการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (Total Quality Management: TQM) อดีตศาสตราจารย์แห่งสถาบันเทคโนโลยีแห่งแมสซาชูเซตส์ (MIT) ได้เสนอไว้ว่า คุณภาพก็คือความเหมาะสมพอดีในการใช้และเป็นส่วนขยายในความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ (สินค้าหรือบริการ) ในการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการใช้งานตลอดระยะเวลาที่ใช้สินค้าหรือบริการนั้น ส่วนครอสบี้ (Crosby, 1982) ให้ความหมายอย่างกระชับไว้ว่า เป็นการตอบสนองต่อ

ความต้องการ (Conformance to Requirement) ในขณะที่ พาราสุรามาน, เบอรรี่ และซีเทมล์ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) เสนอว่า คุณภาพเป็นสิ่งที่เกิดจากความคาดหวังของ ลูกค้าหรือผู้รับบริการที่มีต่อบริการนั้น กล่าวโดยสรุปได้ว่า คุณภาพก็คือ ผลลัพธ์บริการที่ดีที่สุด โดยมีคุณค่าและมีความเหมาะสมตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการให้บริการ/ ผลลัพธ์ หากผู้รับบริการได้รับการบริการ เป็นไปตามที่คาดหวัง กล่าวได้ว่า การบริการมีคุณภาพ (Parasuraman et al., 1985, p. 16) คุณภาพจึง เป็นการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของลูกค้าในผลลัพธ์ หรือบริการ กับการรับรู้ที่แท้จริง ที่มี โดยหากลูกค้าหรือผู้รับบริการเห็นว่าผลลัพธ์หรือบริการเหล่านั้นเป็นสิ่งที่ดีที่สุดและ ตรงตามที่คาดหวัง ก็ถือว่าผลลัพธ์หรือบริการดังกล่าวมีคุณภาพนั่นเอง และคุณภาพ การให้บริการนี้ จากทัศนะของ โกทซ์ และเดวิส (Goetsch & Davis, 1997, pp. 11-13) ก็จัดว่า เป็นกรอบการมองเรื่องคุณภาพกรอบหนึ่ง พร้อมอธิบายว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นการควบคุม เพื่อให้เกิดคุณภาพการให้บริการ อันมีความแตกต่างจากคุณภาพในการผลิตสินค้าหรือผลลัพธ์ ทั้งนี้ เพราะวิธีการควบคุมคุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่ยาก เนื่องจากการบริการจะมีการควบคุม หรือการบริหารจัดการน้อย แต่ขณะเดียวกันก็มีความสำคัญมาก กับในทางหนึ่งระดับของคุณภาพที่ได้จากการบริการ มักไม่สามารถทำการทำนายได้เพราะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการได้แก่ พฤติกรรมผู้ให้บริการ (Behavior of the Delivery Person) ภาพพจน์ ชื่อเสียงขององค์กร (Image of the Organization) โดยผู้รับบริการจะเป็นผู้ทำการตรวจสอบ ตั้งแต่กระบวนการการเริ่มให้บริการ จนถึงสิ้นสุดในการให้บริการ โดยการให้บริการจะยิ่งดีขึ้น ถ้าหากผู้รับบริการทำการประเมิน การให้บริการในขณะนั้น จากที่ได้กล่าวถึงทัศนะของนักวิชาการดังกล่าว การศึกษาคุณภาพ การให้บริการจึงเป็นเรื่องที่สำคัญเรื่องหนึ่ง และเป็นมุมมองในเชิงคุณภาพที่สำคัญที่พึงได้รับความ สนใจ

ความหมายของคุณภาพการให้บริการ

กรอนรูส (Gronroos, 1982) สมิธและฮุสตัน (Smith & Houston, 1982 cited in Khantanapha, 2000) พาราสุรามาน, แซทเธลล์ และเบอรรี่ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) ได้อธิบายและให้ความหมายเชิงปฏิบัติการไว้ไม่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) เป็นความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง (Expectation-WHAT THEY WANT) กับการรับรู้ (Perception-WHAT THEY GET)

ลิวอิส และบลูม (Lewis & Bloom, 1983) ได้ให้คำนิยามของคุณภาพการให้บริการว่า เป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่า สอดคล้องกับความต้องการของเขาได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ (Delivering Service

Quality) จึงหมายถึง การตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ

กรอนรูส (Gronroos, 1982, p. 17) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการว่าจำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality) อันเกี่ยวกับผลลัพธ์ หรือสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจากบริการนั้น โดยสามารถที่จะวัดได้เหมือนกับการประเมินได้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Product Quality) ส่วนคุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional Quality) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการของการประเมินนั่นเอง

ครอสบี (Crosby, 1982, p. 15) กล่าวว่า ว่าคุณภาพการให้บริการหรือ “Service Quality” นั้น เป็นแนวคิดที่ถือหลักการการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่อง และตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริการ และสามารถที่จะทราบของต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ด้วย

คุณภาพการให้บริการ เป็นมโนทัศน์และปฏิบัติการในการประเมินของผู้รับบริการโดยทำการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวัง (Expectation Service) กับการบริการที่รับรู้จริง (Perception Service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการหรือสร้างการบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวัง จะส่งผลให้การบริการดังกล่าวเกิดคุณภาพการให้บริการซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก (Parasuraman et al., 1985, p. 42; Fitzsimmons, 2000, Kotler & Anderson, 1987, p. 102) พาราซูรามาน และคณะ (Parasuraman et al., 1985) ได้ชี้ให้เห็นด้วยว่าคุณภาพการให้บริการ เป็นการให้บริการที่มากกว่าหรือตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งเป็นเรื่องของการประเมินหรือการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการ ในลักษณะของภาพรวม ในมิติของการรับรู้ ผลการศึกษาวิจัยของนักวิชาการกลุ่มนี้ ช่วยให้เห็นว่าการประเมินคุณภาพการให้บริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคเป็นไปในรูปแบบของการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อบริการที่คาดหวังและการบริการตามที่ได้รับรู้ว่ามี ความสอดคล้องกันเพียงไร ข้อเสนอที่น่าสนใจประการหนึ่งก็คือ การให้บริการที่มีคุณภาพนั้นหมายถึง การให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น ความพึงพอใจต่อการบริการจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความคาดหวังหรือไม่เป็นไปตามความคาดหวัง (Confirm or Disconfirm Expectation) ของผู้บริโภคนั่นเอง

ตามแนวคิดของบัซเซล และเกลล์ (Buzzell & Gale, 1987) คุณภาพการให้บริการ เป็นเรื่องที่ได้รับการสนใจและมีการให้ความสำคัญอย่างมากดังที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น มีผลงานวิจัยที่ค้นคว้าพฤติกรรมของผู้บริโภคและผลของความคาดหวังของผู้บริโภคซึ่งพบว่า คุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่ซับซ้อนขึ้นอยู่กับการมองหรือทัศนะของผู้บริโภคที่เราเรียกกันทั่วไปว่า “ลูกค้า”

แนวคิดและคำอธิบายเรื่องคุณภาพการให้บริการที่น่าสนใจเห็นจะได้แก่ มุมมองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะในสาขาความคาดหวังของลูกค้า (Expert in the Field of Customer Expectation) คือ พาราสุรามาน และคณะ (Parasuraman et al., 1985, p. 19) ความแนวคิดของนักวิชาการกลุ่มนี้คุณภาพการให้บริการ เป็นการประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความเป็นเลิศหรือความเหนือกว่าของบริการ นักวิชาการทั้งสามท่านดังกล่าว นับได้ว่าเป็นหนึ่งในคณะนักวิชาการที่สนใจทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพในการให้บริการ และการจัดการคุณภาพในการให้บริการขององค์กรอย่างจริงจังมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1983 สิ่งที่ พาราสุรามาน, ซีเทมส์ และเบอร์รี่ ให้ความสนใจในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการนั้น เป็นการมุ่งตอบคำถามสำคัญ 3 ข้อ ประกอบด้วย

1. คุณภาพในการให้บริการคืออะไร (What is service quality?)
2. อะไรคือสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาคุณภาพในการให้บริการ (What causes service-quality problems?) และ
3. องค์กรสามารถแก้ปัญหาคุณภาพในการให้บริการที่เกิดได้อย่างไร (What can organizations do to solve these problems?)

นักวิชาการที่กล่าวถึงความหมายของคุณภาพการให้บริการที่น่าสนใจอีกกลุ่มหนึ่งได้แก่ บิทเนอร์ และฮับเบิร์ต (Bitner & Hubbert, 1994 cited in Lovelock, 1996) ซึ่งเสนอความเห็นไว้ว่าคุณภาพการให้บริการ เป็นความประทับใจในภาพรวมของลูกค้าผู้รับบริการ อันมีต่อความเป็นเลิศขององค์กรและบริการที่องค์กรจัดให้มี ขณะที่ไวท์ และเอเบล (White & Abel, 1995, p. 37 cited in Lovelock, 1996) ได้ให้นิยามคำดังกล่าวว่าเป็นการวินิจฉัยของผู้รับบริการเกี่ยวกับความสามารถในการเติมเต็มงานการให้บริการของหน่วยงานที่ให้บริการ บริการเช่นนี้ ไวท์และเอเบลเสนอแนวคิดแตกต่างไปจากสินค้า (Goods) กล่าวคือ สินค้าเป็นสิ่งที่จับต้องได้ มีความคงทนสูงและโดยทั่วไปผลิตขึ้นภายใต้และผลิตเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานที่แน่นอนอันหนึ่ง ในขณะที่บริการ เป็นเรื่องที่มีความผันแปรมากกว่าสินค้าแม้จะมีลักษณะที่ตอบสนองผู้บริโภคเช่นเดียวกับสินค้าก็ตาม และโดยทั่วไปแล้ว บริการมีคุณลักษณะสำคัญที่จับต้องไม่ได้ มีความหลากหลายและไม่สามารถแบ่งแยกได้จากการผลิตและการบริโภค (Inseparability of Production and Consumption)

ชเมนเนอร์ (Schmenner, 1995) ได้กล่าวถึง คุณภาพการให้บริการไว้ว่า คุณภาพการให้บริการได้มาจากการรับรู้ที่ได้รับจริงลบด้วยความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับจากบริการนั้น หากการรับรู้ในบริการที่ได้รับมีน้อยกว่าความคาดหวัง ก็จะทำให้ผู้รับบริการมองคุณภาพการให้บริการนั้นติดลบ หรือรับรู้ว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร ตรงกันข้าม

หากผู้รับบริการรับรู้ว่าการที่ได้รับจริงนั้นมากกว่าสิ่งที่เขาคาดหวัง คุณภาพการให้บริการ ก็จะเป็นบวก หรือมีคุณภาพในการบริการนั่นเอง ในประเด็นเดียวกันนี้ เลิฟล็อก (Lovelock, 1996) มองคุณภาพการให้บริการว่ามีความหมายอย่างกว้าง ๆ เป็นแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องของสินค้า หรือบริการที่ลูกค้าที่มีศักยภาพในการซื้อหา สามารถและอาจจะทำการประเมินก่อนที่จะเลือก บริโภคสินค้าหรือบริการนั้น

ซีนอลดีน (Zineldin, 1996) เสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่ เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการในด้านของคุณภาพหลังจากที่เขาได้ข้อมูลเกี่ยวกับ บริการนั้น ๆ และมีความต้องการที่จะใช้บริการนั้น รวมทั้งการที่เขาได้ทำการประเมินและเลือกที่จะ ใช้บริการ

วิเชอร์ และคอร์เนย์ (Wisher & Corney, 2001) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ มีแนวการศึกษาที่สำคัญคือการวิเคราะห์ที่เรียกว่า SERVQUAL ทั้งนี้ นักวิชาการทั้งสองท่านเสนอ ว่าคุณภาพการให้บริการ เป็นการตัดสินใจวินิจฉัยเกี่ยวกับความเลิศของบริการ (Superiority of the Service)

ในทัศนะของนักวิชาการไทย เช่น วีรพงษ์ เกลิมจิรรัตน์ (2539, หน้า 14-15) คุณภาพ การให้บริการ คือความสอดคล้องกันของความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ หรือระดับของ ความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการอันทำให้ลูกค้า หรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่เขาได้รับส่วน สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550, หน้า 66) เสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Tolerance Zone) ผู้รับบริการก็จะมี ความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งจะมีระดับแตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล และความพึงพอใจนี้เอง เป็นผลมาจากการประเมินผลที่ได้รับจากบริการนั้น ณ ขณะเวลาหนึ่ง

กล่าวอย่างสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) หมายถึง ความสามารถ ในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้าง ความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับ ความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ

ทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ

ในแง่แนวคิดทางวิชาการ แนวคิดพื้นฐาน (Basic Concept) ในเรื่องคุณภาพการให้บริการ ประกอบไปด้วย 3 แนวคิดหลัก คือ แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) และคุณค่าของลูกค้า (Customer Value) (Cronin & Taylor,

1992; Oliver, 1993; Parasuraman et al., 1988) ตามแนวคิดพื้นฐานดังกล่าว ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการ เป็นพฤติกรรมเชิงจิตวิทยาที่บุคคลมีต่อบริการที่ได้รับหรือเกิดขึ้น (Oliver, 1993)

ส่วนแนวคิดพื้นฐานเรื่องคุณภาพการให้บริการ เป็นแนวคิดที่ได้รับการเสนอไว้โดย ไครนิน และเทเลอร์ (Cronin & Taylor, 1992) ในทัศนะของนักวิชาการทั้งสองท่าน ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เป็นเรื่องของการเปรียบเทียบประสบการณ์ของผู้รับบริการได้รับบริการกับความคาดหวังที่ผู้รับบริการนั้นมีในช่วงเวลาที่มารับบริการ และเป็นสิ่งที่ช่วยให้สามารถวัดคุณภาพการให้บริการได้ ส่วนคุณภาพการให้บริการในมุมมองเชิงการตลาด รัสท์ และซาร์ฮอริก (Rust & Zahorik, 1993) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นส่วนขยายของบริการ กระบวนการบริการ และองค์กรที่ให้บริการ ที่สามารถตอบสนองหรือทำให้เกิดความพึงพอใจในความคาดหวังของบุคคล แนวคิดพื้นฐานที่มองคุณภาพการให้บริการผ่านกรอบการมองด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการนี้ ได้รับการสนับสนุนจากนักวิชาการอีกท่านหนึ่งคือ บิทเนอร์ (Bitner, 1992) ซึ่งอธิบายจากผลงานวิจัยที่ได้เคยทำการศึกษาไว้ว่า คุณภาพการให้บริการสามารถวัดโดยผ่านความพึงพอใจของผู้รับบริการได้

โดยประการที่ได้กล่าวมาข้างต้น ก่อให้เกิดกรอบการพิจารณาตัวแบบการศึกษาคุณภาพการให้บริการจากแนวคิดพื้นฐาน 3 แนวคิดดังกล่าวได้ในสองนัยยะ กล่าวคือ นัยยะแรก คุณภาพการให้บริการสามารถพิจารณาได้จากทั้งสามองค์ประกอบ หรืออย่างน้อย 2 องค์ประกอบรวมกัน และนัยยะที่สอง คุณภาพการให้บริการ พิจารณาได้จากตัวชี้วัดซึ่งพัฒนาจากแนวคิดใดแนวคิดหนึ่งเป็นหลัก เช่น แนวคิดพื้นฐานเรื่องคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องผู้เขียนพบว่า นักวิจัยส่วนใหญ่มักให้ความสนใจทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการจากแนวคิดพื้นฐานสองแนวคิดหลัก คือ แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า และแนวคิดคุณภาพการให้บริการอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยแนวคิดแรกมุ่งวัดความพึงพอใจในมิติต่าง ๆ ส่วนแนวคิดที่สอง วัดคุณภาพการให้บริการตามตัวแบบ SERVQUAL ที่เสนอโดยซีเทมล์, พาราซูรามาน และแบร์รี่

คำถามที่มักเกิดขึ้นต่อมาก็คือ เราจะใช้การวัดความพึงพอใจของประชาชนหรือผู้รับบริการที่มีต่อการบริการ หรือจะวัดจากคุณภาพการให้บริการ จึงสามารถตอบได้ในเบื้องต้นคำตอบก็คือ เราจะวัดโดยอาศัยแนวคิดพื้นฐานใดก็ได้ ขึ้นอยู่กับสิ่งที่สำคัญคือ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการวัด โดยเฉพาะในประเด็นความต้องการนำข้อมูลที่ได้รับจากการประเมินไปใช้ประโยชน์นั่นเอง เพียงแต่แนวคิดทฤษฎีและข้อสรุปทั่วไปจากการวิจัยเท่าที่ปรากฏ ควรรองรับและยอมรับวิธีการวัดคุณภาพการให้บริการในกรอบการมองเรื่องคุณภาพการให้บริการมากกว่ากรอบ

การมองด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ

เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการ

เนื่องจากคุณภาพเป็นเรื่องที่สลับซับซ้อนและมีองค์ประกอบหรือปัจจัยหลายอย่างที่เกี่ยวข้อง อันส่งผลให้การมองคุณภาพจำเป็นต้องทำการมองจากหลายด้าน ดังที่ สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550, หน้า 50) อธิบายให้เห็นว่า คุณภาพการให้บริการ โดยพื้นฐานแล้ว นับเป็นเรื่องที่ยากเนื่องจากธรรมชาติความไม่แน่นอนของ งานบริการที่จับต้องไม่ได้และคาดหมายลำบาก จึงได้มีความพยายามจากนักวิชาการมาโดยต่อเนื่องในการพยายามค้นหาแนวทาง การประเมินหรือวัดคุณภาพการให้บริการที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงมิติของการ ปฏิบัติและ สามารถนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างเด่นชัดที่สุด

กรอนรูส (Gronroos, 1982) ได้เสนอแนวคิดไว้ว่า คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality) และคุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional Quality) เป็นภาพแห่งมิติของคุณภาพที่ส่งผลกระทบ ไปถึงทั้งความคาดหวังและการรับรู้ต่อ คุณภาพการให้บริการ และคุณภาพการให้บริการจะมีมาก น้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับระดับของ คุณภาพเชิงเทคนิค และคุณภาพเชิงหน้าที่นั่นเอง ทั้งนี้ กรอนรูส ได้กล่าวถึงเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการบริการว่าสามารถสร้างให้เกิดขึ้น ได้ตาม หลัก 6 ประการ กล่าวคือ

1. การเป็นมืออาชีพและการมีทักษะของผู้ให้บริการ (Professionalism and Skill) เป็นการพิจารณาว่า ผู้รับบริการสามารถรับรู้ได้จากการเข้ารับบริการจากผู้ให้บริการที่มีความ รู้และ ทักษะในงานบริการ ซึ่งสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างมีระบบและแบบแผน
2. ทักษะคติและพฤติกรรมของผู้ให้บริการ (Attitude and Behavior) ผู้รับบริการจะเกิด ความรู้สึกได้จากการที่ผู้ให้บริการสนใจที่จะดำเนินการ แก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยท่าทีที่เป็น มิตร และดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน
3. การเข้าพบได้อย่างง่ายและความยืดหยุ่นในการให้บริการ (Accessibility and Flexibility) ผู้รับบริการจะพิจารณาจากสถานที่ตั้งไว้ให้บริการ และเวลาที่ได้รับการจาก ผู้ให้บริการ รวมถึงระบบการบริการที่จัดเตรียมไว้ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ
4. ความไว้วางใจและความเชื่อถือได้ (Reliability and Trustworthiness) ผู้รับบริการจะ ทำการพิจารณาหลังจากที่ใดรับบริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งการให้บริการของผู้ให้บริการจะต้อง ปฏิบัติตามที่ได้รับการตกลงกัน
5. การแก้ไขสถานการณ์ให้กับสู่ภาวะปกติ (Recovery) พิจารณาจากการเกิดเหตุการณ์ที่ ไม่ได้คาดการณ์ล่วงหน้าเกิดขึ้นหรือเกิด เหตุการณ์ที่ผิดปกติ และผู้ให้บริการสามารถแก้ไข สถานการณ์นั้น ๆ ได้ทัน่วงทีด้วยวิธีการที่เหมาะสม ซึ่งทำให้สถานการณ์กลับสู่ภาวะปกติ

6. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ (Reputation and Credibility) ผู้รับบริการจะเชื่อถือในชื่อเสียงของผู้ให้บริการจากการที่ผู้ให้บริการ ดำเนินกิจการด้วยดีมาตลอด

คำอธิบายและผลงานของการศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของกรอนรูส (Gronroos, 1982) ตามที่ได้กล่าวนั้น นับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการศึกษาคุณภาพที่เน้นหนักในเชิงคุณภาพ การให้บริการอย่างแท้จริง ผลงานที่สำคัญอันเป็นแนวคิดของกรอนรูสคือข้อเสนอในเชิงแนวคิดที่สำคัญเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่เขาเรียกว่า “คุณภาพการให้บริการที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived Service Quality: PSQ)” และ “คุณภาพการให้บริการที่ลูกค้ารับรู้ทั้งหมด (Total Perceived Quality: TPQ)” ซึ่งเป็นแนวคิดที่เกิดจากการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและผลกระทบ ที่เกิดจากความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการเกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการที่มีต่อการประเมินคุณภาพของบริการภายหลังจากที่ได้รับบริการแล้ว (ธีรจิต นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2547, หน้า 182)

ต่อมาในปี ค.ศ. 1990 กรอนรูส (Gronroos, 1982, pp. 40-42) ได้อธิบายแนวคิดในเรื่องคุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ทั้งหมด ว่าเป็นคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการรับรู้ โดยเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของสิ่งต่าง ๆ ที่สำคัญ 2 ประการคือ

1. คุณภาพที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการคาดหวัง (Expected Quality) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ การสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication) ภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image) การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word-of-mouth Communication) และความต้องการของลูกค้า (Customer Needs)

2. คุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้บริการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ (Experiences Quality) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image) คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality) และคุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional Quality)

ทัศนะเรื่องคุณภาพการให้บริการของกรอนรูสดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า ลูกค้าที่รับบริการมักจะทำการประเมินคุณภาพของการให้บริการโดยการเปรียบเทียบคุณภาพที่คาดหวังกับคุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ของการใช้บริการ ว่า คุณภาพทั้งสองด้านนั้น สอดคล้องกันหรือไม่ หรือมีความแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งเมื่อนำมาพิจารณาร่วมกันแล้ว จะกลายเป็นคุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ทั้งหมด (Total Perceived Quality: TPQ) และทำการสรุปผลขั้นสุดท้ายเป็นคุณภาพที่รับรู้ได้ (Perceived Service Quality: PSQ) นั่นเอง ซึ่งหากผลจากการเปรียบเทียบพบว่า คุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ไม่เป็นไปหรือไม่สอดคล้องกับคุณภาพที่คาดหวังจะ ทำให้มีการรับรู้ของลูกค้าที่ดีหรือไม่คืออย่างไร

ส่วนนักวิชาการอีกกลุ่มหนึ่งที่ได้ให้ความสนใจทำการศึกษาเครื่องมือเพื่อใช้ชี้วัดคุณภาพการให้บริการ และได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายก็คือ พาราซูรามานและคณะในผลงานการวิจัยเชิงสำรวจและบทความตีพิมพ์เกี่ยวกับคุณภาพ การให้บริการ ได้แก่ผลงานเมื่อปี ค.ศ. 1985, 1988 และ 1990 ซึ่งได้ต่อยอดจากผลงานความคิดของกรอนรูส (Gronroos, 1982) และได้รับการพัฒนามาเป็นกรอบแนวคิดพื้นฐานเรื่องการศึกษาคุณภาพการให้บริการ

บัซเซลและเกลด์ (Buzze & Gale, 1985 อ้างถึงใน อนุวัฒน์ ศุภชติกุล, 2542, หน้า 2-3) ได้กล่าวถึงเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการไว้ดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการ จะถูกกำหนดโดยลูกค้าหรือผู้รับบริการ ลูกค้าหรือผู้รับบริการจะเป็นผู้พิจารณาว่าอะไรที่เรียกว่าคุณภาพ โดยไม่ได้ใส่ใจว่ากระบวนการทำให้การบริการเกิดขึ้นนั้นเป็นอย่างไร อย่างไรก็ดี ลูกค้าหรือผู้รับบริการแต่ละคนย่อมมีมุมมองในเรื่องคุณภาพที่อาจแตกต่างกัน ไปบ้าง

2. คุณภาพการให้บริการ เป็นสิ่งที่องค์กรจะต้องค้นหาอยู่ตลอดเวลาไม่มีจุดสิ้นสุด โดยที่เราไม่สามารถกำหนดคุณภาพการให้บริการให้เป็นไปโดยเฉพาะเจาะจง หรือเป็นสูตรสำเร็จตายตัวได้ การให้บริการที่ดีมีคุณภาพจึงต้องทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ทั้งในช่วงเวลาที่กิจการดำเนินไปได้ด้วยดีหรือไม่ดีก็ตาม

3. คุณภาพการให้บริการ จะเกิดขึ้นได้ด้วยความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้ปฏิบัติงานในส่วนตัว การควบคุมคุณภาพของการปฏิบัติงานของแต่ละคนเป็นเรื่องที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ของการให้บริการที่มีคุณภาพได้ สิ่งที่ผู้ปฏิบัติงานจำเป็นต้องได้รับคือการปลูกฝังจิตสำนึกความรับผิดชอบ ต่อการให้บริการ และการนำเสนอบริการที่มีคุณภาพอยู่เสมอ ทั้งต่อเพื่อนร่วมงานและลูกค้าหรือผู้รับบริการ

4. คุณภาพการให้บริการ การบริหารการบริการ และการติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งที่ไม่อาจแยกออกจากกันได้ ในการนำเสนอการให้บริการที่มีคุณภาพนั้น ผู้ปฏิบัติงานให้บริการจำเป็นต้องมีความรู้และเข้าใจคำติชมผลงาน ซึ่งให้การนี้ ผู้บริการจะต้องเอาใจใส่ต่อการบริหารจัดการ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานบริการด้วยความจริงใจและสร้างสรรค์ ภายใต้วามุ่งหวังที่จะให้บริการที่ออกมาดีมีคุณภาพดี

5. คุณภาพการให้บริการ จะต้องอยู่บนพื้นฐานความเป็นธรรม

6. คุณภาพการให้บริการจะดีเพียงนั้นขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของการบริการภายในองค์กรที่เน้นความเป็นธรรมและคุณค่าของคน โดยองค์กรที่ให้บริการที่สามารถปฏิบัติต่อลูกค้าและบุคลากรขององค์กรได้อย่างเท่าเทียมกัน ย่อมสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพการให้บริการอย่างแท้จริง

7. คุณภาพการให้บริการขึ้นอยู่กับความพร้อมในการให้บริการ แม้ว่าคุณภาพการให้บริการจะไม่สามารถหรือยากที่จะกำหนดตายตัวลงไป แต่การวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมของการบริการไว้ล่วงหน้า รวมทั้งการเรียนรู้ในสิ่งที่เป็นความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการ ย่อมก่อให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพที่ดี

8. คุณภาพการให้บริการ หมายถึงการรักษาความมั่นใจสัญญาว่าองค์กรจะให้บริการลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ อย่างที่เป็นไปตามความคาดหวัง และเป็นไปตามเจตนาของผู้ปฏิบัติงานให้บริการ

นอกเหนือจากที่กล่าวไปแล้ว สตีฟ และคูก (Steve & Cook, 1995, p. 53) ยังชี้ให้เห็นด้วยว่า การเลือกใช้บริการของผู้รับบริการ โดยส่วนใหญ่นอกจากจะคำนึงถึงภาพลักษณ์ของ องค์กร และความต้องการส่วนบุคคลแล้ว คุณภาพการให้บริการของหน่วยงานหรือองค์กรที่ให้บริการยังสามารถพิจารณาได้ จากเกณฑ์ 9 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การเข้าถึงบริการได้ทันทีตามความต้องการของผู้ให้บริการ
2. ความสะดวกของทำเลที่ตั้งในการเข้ารับบริการ
3. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการให้บริการ
4. การให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการแต่ละคน
5. ราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับลักษณะของงานบริการ
6. คุณภาพการให้บริการทั้งในระหว่างเข้ารับบริการและภายหลังการเข้ารับบริการ
7. ชื่อเสียงของบริการที่ได้รับรวมถึงการยกย่องชมเชยในบริการ
8. ความปลอดภัยในการให้บริการจากผู้เชี่ยวชาญโดยเฉพาะ
9. ความรวดเร็วในการให้บริการ

นักวิชาการที่ได้กล่าวถึงหลักการพิจารณาคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ เคอร์ซ และโคลว (Krutz & Clow, 1998) ซึ่งได้เสนอ หลักพิจารณา 3 ประการ ประกอบด้วย 1) คุณภาพการให้บริการ เป็นสิ่งที่ลูกค้าประเมินได้ยากกว่าคุณภาพของสินค้า 2) คุณภาพการให้บริการนั้น ขึ้นอยู่กับการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับผลผลิตของการให้บริการ และจะประเมินจากกระบวนการที่บริการนั้นเกิดขึ้น และ 3) คุณภาพการให้บริการเกิดจากการเปรียบเทียบสิ่งที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้ กับระดับของการบริการที่ได้รับจริง

จากที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการนั้น เป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนและหลากหลายในแง่มุมของการพิจารณา แต่กระนั้น เป็นที่ประจักษ์ชัดว่าคุณภาพการให้บริการ เป็นเรื่องที่สำคัญซึ่งผู้บริหาร ขององค์กรพึงให้ความสำคัญและทุ่มเทความสนใจ องค์กรที่ต้องการความสำเร็จของการประกอบการไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน จึงต้องให้ความสนใจต่อ

ประเด็นเรื่องคุณภาพการให้บริการที่พิจารณาหรือทำความเข้าใจจากความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการให้ได้อย่างเด่นชัด

การบริการ

มีผู้ให้ความหมายของ “การบริการ” หลายท่าน ดังนี้

เกศลินี กลั่นบุศย์ (2540, หน้า 23) ให้ความหมายของคำว่า “การบริการ” หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ ให้ความสะดวกต่าง ๆ ต่อผู้มาใช้บริการ ซึ่งจะกำหนดเงื่อนไขของการมารับบริการ เช่น การอำนวยความสะดวก การให้ความช่วยเหลือ

วีรพงษ์ เฉลิมวิระรัตน์ (2539, หน้า 7) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า เป็นสิ่งที่จับสัมผัส และต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้น (โดย/ จากบริการ) และส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้น ๆ โดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีทันทีที่มีการให้บริการนั้น

เลิฟล็อก และไรท์ (Lovelock & Wright, 2003, p. 4) ได้ให้ความหมายการบริการ 2 อย่าง ดังนี้

1. บริการ เป็นปฏิกิริยาหรือการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับฝ่ายอื่น แม้ว่ากระบวนการ (Process) อาจผูกพันกับตัวสินค้าก็ตาม แต่ปฏิบัติการก็เป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ และไม่สามารถครอบครองได้
2. บริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่า และจัดหา คุณประโยชน์ (Benefits) ให้แก่ลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะแห่ง อันเป็นผลมาจากการที่ ผู้รับบริการหรือผู้แทน นำเอาความเปลี่ยนแปลงมาให้

วัชรภรณ์ สุริยาภิวัฒน์ (2546, หน้า 15) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดขึ้นเพื่อให้แก่สมาชิกตามความสามารถและหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน โดยอาศัยความต้องการของสมาชิกที่ได้รับบริการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นแนวทางในการดำเนินโครงการในระยะต่อไป พร้อมทั้งให้เกิดความพอใจแก่สมาชิก

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2548, หน้า 14) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง การกระทำ พฤติกรรม หรือการปฏิบัติการที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้น

เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ (2548, หน้า 18) L ให้คำนิยามว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือ ชุดของกิจกรรมหลายอย่าง ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจการบริการ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

จิตตินันท์ เฉชะคุปต์ (2549, หน้า 7) ได้ไว้กล่าวว่า การบริการ ไม่ใช่สิ่งที่มีตัวตน แต่เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น จากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการ (ผู้บริโภค/ ลูกค้า/ ผู้รับบริการ) กับผู้ให้บริการ (เจ้าของกิจการ/ พนักงานงานบริการ/ ระบบการจัดการบริการ) หรือในทางกลับกัน ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ในอันที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้บรรลุผลสำเร็จ ความแตกต่างระหว่างสินค้าและการบริการ ต่างก็ก่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มาซื้อ โดยที่ธุรกิจบริการจะมุ่งเน้น การกระทำที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า อันนำไปสู่ความพึงพอใจที่ได้รับบริการนั้น ในขณะที่ธุรกิจทั่วไป มุ่งขายสินค้าที่ลูกค้าชอบและทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้เป็นเจ้าของสินค้า นั้น

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549, หน้า 18) ได้ให้ความหมายของ การบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Goods) ของธุรกิจให้กับ ผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2546, หน้า 12) ในปัจจุบันการบริการเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวัน และบุคคลได้จ่ายเงินเป็นจำนวนมากเพื่อการบริการ ประมาณได้ว่าค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการทุกวันนี้ จะเป็นค่าบริการประมาณร้อยละ 45 และมีผู้ให้นิยามความหมายของการบริการไว้ดังนี้

จินตนา บุญบงการ (2539, หน้า 15) ได้ให้ความหมายของการบริการ ว่าเป็นสิ่งจับต้องสัมผัสและต้องอาศัยได้ยาก และเสื่อมสูญสภาพไปได้ง่าย บริการจะทำขึ้นทันทีและส่งมอบให้ผู้รับบริการทันทีหรือเกือบจะทันที ดังนั้นการบริการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมของการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ ไม่ใช่สิ่งที่จับต้องได้ชัดเจน แต่ออกมาในรูปของเวลา สถานที่รูปแบบ และที่สำคัญเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยทางจิตใจ ทำให้เกิดความพึงพอใจ คำว่าการบริการ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า SERVICE ซึ่งถ้าหากหาความหมายดี ๆ ให้กับอักษรภาษาอังกฤษ 7 ตัวนี้อาจได้ความหมายของการบริการที่สามารถยึดเป็นหลักการปฏิบัติได้ตามความหมาย ของอักษรทั้ง 7 นี้ คือ

S = Smiling & Sympathy ยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของผู้มารับการบริการ

E = Early Response ตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว

R = Respectful แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้รับบริการ

V = Voluntariness Manner การให้บริการที่ทำอย่างสมัครใจเต็มใจทำไม่ใช่ทำงาน

อย่างเสียไม่ได้

I = Image Enhancing การรักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการและภาพลักษณ์ขององค์กร
ด้วย

C = Courtesy ความอ่อนน้อม อ่อน โชน สุภาพมีมารยาทดี

E = Enthusiasm ความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้นขณะให้บริการและให้บริการมากกว่า
ผู้รับบริการคาดหวังเอาไว้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, สุกร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช (2541,
หน้า 142) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจ
ที่สนองความต้องการของลูกค้า

คอตเตอร์ (Kotler, 1997, p. 611) ได้จำกัดความของการบริการไว้ดังต่อไปนี้ การบริการ
เป็นการแสดงหรือสมรรถนะที่หน่วยงานหนึ่ง ๆ สามารถเสนอให้กับอีกหน่วยงานอันเป็นสิ่งที่ไม่มี
รูปลักษณะอย่างเป็นแก่นสาร และไม่มีผลลัพธ์ในสภาพความเป็นเจ้าของในสิ่งใด โดยที่การผลิต
อาจจะไม่ถูกผูกมัดกับผลิตภัณฑ์กายภาพ

ดังนั้นในการรักษาคุณภาพการบริการจึงจำเป็นต้องควบคุมในทุก ๆ หน่วยบริการให้
เป็นที่พึงพอใจของผู้มารับบริการเสมอ คือ จะต้องมีการบริการดีทั้งองค์กร ซึ่งการบริการจะดี
หรือไม่ดีต่อผู้มารับบริการนั้น ยังขึ้นอยู่กับความคาดหวังของผู้รับบริการ และในการสร้างธุรกิจ
องค์กรทุกชนิดต้องรักษาความพึงพอใจของผู้รับบริการให้ อยู่ตลอด

จากความหมายของการบริการดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การบริการ เป็นกิจกรรม
การกระทำและการปฏิบัติที่ผู้ให้บริการจัดทำขึ้นเพื่อเสนอขาย และส่งมอบสู่ผู้รับบริการหรือ
เป็นกิจกรรมที่จัดทำขึ้นรวมกับการขายสินค้า เพื่อสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจ
ให้แก่ผู้รับบริการอย่างทันทีทันใด ลักษณะของการบริการมีทั้งไม่มีรูปร่างหรือตัวตน จับ สัมผัส
และต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายได้ง่ายแต่นำมาซื้อขายกันได้

ความหมายของธุรกิจบริการ

จากการศึกษาความหมายของธุรกิจบริการ พบว่ามีผู้ให้ความหมายของธุรกิจบริการไว้
ดังนี้

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2545, หน้า 10) ได้ให้ความหมายของธุรกิจบริการไว้ว่า เป็นธุรกิจที่
ดำเนินกิจกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคเพื่อสร้าง พึงพอใจแก่ผู้บริโภคและ
ผลประโยชน์ของธุรกิจ

ปณิศา ลัญญานนท์ (2548, หน้า 163) ได้ให้ความหมายของธุรกิจบริการไว้ว่า
เป็นการบริการ (Service) ซึ่งเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สามารถตอบสนอง

ความต้องการของลูกค้าได้ เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล โรงแรม ธนาคาร เป็นต้น

ยุพาวรรณ วรรณวณิชย์ (2548, หน้า 1) ได้ให้ความหมายของธุรกิจบริการไว้ว่าเป็นองค์กรหรือหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้หรือขายบริการ โดยปกติจะมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหากำไร ซึ่งการให้หรือขายบริการดังกล่าวอาจจะเป็นการให้หรือขายโดยตรงสู่ลูกค้าหรือ โดยทางอ้อมหรือโดยต่อเนื่องก็ได้

จากความหมายของธุรกิจบริการดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ธุรกิจบริการ เป็นธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมให้บริการซึ่งจะจัดหาบริการในรูปแบบต่าง ๆ และเสนอขายบริการให้แก่ผู้บริโภค เพื่อความสะดวกสบาย ความปลอดภัย ความสนุกสนานบันเทิง ซึ่งการให้บริการดังกล่าวต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการและสร้างพึงพอใจ ให้แก่ผู้บริโภคได้และผู้ให้บริการจะเรียกค่าบริการเป็นค่าตอบแทน

ลักษณะของการบริการ

ปณิศา ลัญยานนท์ (2548, หน้า 163) ได้กล่าวถึง ลักษณะบริการว่าสามารถจำแนกออกเป็น 4 ประการ ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) หมายความว่า ผู้บริโภค (ลูกค้าที่คาดหวัง) ไม่สามารถรู้สึกลมองเห็น ได้ยิน ลิ้มรส หรือได้กลิ่น ทำให้ไม่สามารถทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะทำการซื้อ เช่น การทำศัลยกรรม หรือการโดยสารบนเครื่องบิน สิ่งเหล่านี้ผู้บริโภคไม่สามารถรู้ผลของการบริการได้จนกว่าจะมีการผ่าตัด หรือการเดินทางจริง ทำให้ผู้บริโภคพยายามจะแสวงหาสิ่งที่จะบ่งบอกถึงคุณภาพของการบริการ (Service Quality) เพื่อทำให้ตัวเองเกิดความเชื่อมั่นที่จะใช้บริการนั้น ๆ นักการตลาด จึงต้องพยายามทำให้บริการมีความสามารถในการจับต้องได้ให้มากที่สุด โดยโปรแกรม การส่งเสริมการตลาดควรชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากบริการอย่าง ชัดเจนมากกว่าที่จะเน้นตัวบริการเท่านั้น

2. ความไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Service Inseparability) หมายความว่า การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในขณะเดียวกัน ในประเด็นนี้จะตรงข้ามกับการผลิตสินค้าซึ่งเริ่มจากการนำวัตถุดิบมาผลิต แล้วนำไปเก็บไว้ในคลังสินค้า และหลังจากที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อจึงจะเกิดการบริโภค ส่วนบริการนั้นเริ่มจากการที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อแล้วจึงเกิดการผลิตและ การบริโภค ในขณะเดียวกัน เช่น ผู้บริโภคตัดสินใจว่าจะตัดผมที่ร้านนี้แล้วช่างตัดผมจึงเริ่มกระบวนการผลิต (การตัดผม) และผู้บริโภคได้รับผมทรงใหม่ในขณะเดียวกัน

3. ความไม่แน่นอน (Service Variability) กล่าวคือ คุณภาพในการให้บริการจะผันแปรไปตามผู้ให้บริการ และขึ้นอยู่กับว่าให้บริการเมื่อไหร่ ที่ไหน และอย่างไร ตัวอย่าง ภาพรวมการให้บริการของโรงแรมแมริออท (Marriott) อาจสูงกว่ามาตรฐานทั่วไป แต่การให้บริการของ

พนักงานภายในโรงแรมแต่ละคนอาจไม่เหมือนกัน บางคนอาจให้บริการดีกว่าอีกคนหนึ่ง ซึ่งทำให้การให้บริการเกิดความไม่แน่นอน เป็นต้น

4. ความไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish Ability) บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถเก็บไว้ในโกดังหรือคลังสินค้า เมื่อบริการเกิดขึ้นนักการตลาดจะไม่สามารถเก็บไว้เพื่อขายหรือใช้ในภายหลังได้ ความไม่สามารถเก็บไว้ได้ และไม่เกิดปัญหาถ้าอุปสงค์ที่มีต่อบริการนั้นคงที่แต่เมื่ออุปสงค์ที่มีต่อบริการมีความผันผวนมาก จะทำให้เกิดอุปสรรคในการบริหาร เช่น ในช่วงที่ไม่ใช่วันหยุดเทศกาลโรงแรมและรีสอร์ทต่าง ๆ จะคิดราคาห้องพักในระดับต่ำ หรือกรณีของร้านอาหารข้างพนักงานชั่วคราว เพื่อเสิร์ฟอาหารในช่วงที่มีลูกค้ามาก

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549, หน้า 27) ได้กล่าวถึง การบริการมีลักษณะเฉพาะ 5 ประการ ดังนี้

1. ความไม่มีตัวตน (Intangibility) บริการไม่สามารถ มองเห็นจับต้อง และสัมผัสไม่ได้ (Abstract) โดยใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้า ไม่ว่าจะเป็นตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง บริการไม่สามารถแบ่งแยกเป็นชิ้นเหมือนสินค้าได้ เช่น หากจะชื้อน้ำหอม ผู้ชื้อย่อมจับขวดน้ำหอมมาทดลองฉีดได้ดมกลิ่นได้ หรือชื้อเป็นขวดได้

2. ความแยกจากกันไม่ได้ ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าผู้รับบริการ (Inseparability) ในช่วงเวลาการให้บริการนั้น เช่น บริการนวดแผนโบราณ ผู้นวดและลูกค้าจะต้องอยู่พร้อมกัน ณ สถานที่ที่ให้บริการ ในการตรวจรักษาแพทย์และคนไข้จะต้องอยู่ที่เดียวกัน ทั้งสองฝ่ายก็ไม่สามารถ แยกจากกันได้ในช่วงเวลาที่ให้บริการนั้น

3. การเก็บรักษาไม่ได้ (Perish Ability) การบริการต้องอาศัยคนในการให้บริการเป็นสำคัญ ดังนั้นหากไม่มีลูกค้ามาใช้บริการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง พนักงานที่ให้บริการก็จะว่างงาน (Idle) เกิดการสูญเสียค่าใช้จ่ายในด้านแรงงานโดยเปล่าประโยชน์ ไม่ก่อให้เกิดรายได้ใด ๆ

4. ความต้องการที่ไม่แน่นอน (Fluctuating Demand) ความต้องการใช้บริการของลูกค้าขึ้นลงอยู่เสมอ การให้บริการนั้นลูกค้านั้นจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการจะมากหรือน้อยต่างกัน ขึ้นกับช่วงเวลาในแต่ละวัน วันในต้นสัปดาห์หรือท้ายสัปดาห์ รวมทั้งฤดูกาล เช่น ที่สาขาของธนาคาร ช่วงพักกลางวันจะมีลูกค้ามาใช้บริการมากกว่าช่วงบ่าย ช่วงวันจันทร์และวันศุกร์จะมีลูกค้าฝากถอนเงินมากกว่าช่วงวันอื่น ๆ ในสัปดาห์

5. ความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้ง (Variability or Heterogeneity) ความแตกต่างในด้านคุณภาพในการให้บริการ เนื่องจากบริการต้องอาศัยคนหรือพนักงานในการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ (Labor Intensive) ซึ่งการที่พนักงานจะยิ้มหรือไม่ จะให้บริการด้วยจิตใจอย่างแท้จริงหรือไม่ ต้องขึ้นกับองค์ประกอบอื่น ๆ ทั้งในด้านร่างกายและจิตใจ เช่น พนักงาน

คนหนึ่ง เมื่อวันวานนี้ให้บริการดีมาก ยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทายลูกค้าเป็นอย่างดี แต่วันรุ่งขึ้นพนักงานคนเดียวกันอาจอุทธรณ์เรียนว่าบริการไม่ดี ไม่ยิ้มแย้ม พูดยาไม่ไพเราะ สาเหตุเนื่องมาจากพนักงานคนนั้นไม่ได้นอนหลับอย่างเต็มอิ่มเพราะต้องดูแลลูกสาววัยหนึ่งปีที่ป่วยเป็นไข้หวัดตลอดคืนที่ผ่านมา

เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒน์กิจ (2548, หน้า 25-26) ได้กล่าวถึงลักษณะของการบริการ การบริการมีคุณลักษณะที่แตกต่างกับการผลิตสินค้าทั่วไป โดยการบริการมีลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

1. ความไว้วางใจ (Trust) การบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการในขณะที่กระบวนการบริการเกิดขึ้น ผู้รับบริการไม่ทราบล่วงหน้าว่าจะได้รับการปฏิบัติเช่นไร ดังนั้นการตัดสินใจซื้อบริการจึงเป็นสิ่งที่ต้องเกิดจากความไว้วางใจ ซึ่งต่างจากสินค้าที่สามารถเห็นรูปลักษณะหรือเลือกคุณภาพได้

2. สิ่งที่ยึดจับไม่ได้ (Intangibility) การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และไม่อาจสัมผัสได้ก่อนซื้อ ดังนั้นการตัดสินใจซื้อบริการต้องอาศัยความคิดเห็น เจตคติ และประสบการณ์เดิมที่ได้รับจากการตัดสินใจซื้อบริการนั้นในครั้งก่อน

3. ลักษณะที่แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ (Inseparability) การบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถแยกตัวบุคคลหรืออุปกรณ์ที่ทำหน้าที่ให้บริการ ได้ การผลิต การบริโภคและการบริการเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันกับการขายบริการนั้น ๆ ซึ่งแตกต่างกับสินค้าซึ่งต้องมีการผลิตและการขายแล้วจึงมีการบริโภคในภายหลัง

4. ลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่ (Heterogeneity) การบริการมีลักษณะไม่คงที่ และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนได้ การบริการขึ้นอยู่กับแต่ละแบบของผู้ให้บริการ ซึ่งมีวิธีการให้บริการเป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง ทั้งนี้การบริการขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ ช่วงเวลาของการบริการและสภาพแวดล้อมขณะบริการ

5. ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาได้ (Perish Ability) เมื่อไม่มีความต้องการใช้บริการจะเกิดเป็นความสูญเปล่าที่ไม่อาจเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ การบริการจึงมีการสูญเสียค่อนข้างสูง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้บริการในแต่ละช่วงเวลา

6. ลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (Non-ownership) การบริการมีลักษณะที่ไม่มีความเป็นเจ้าของเมื่อมีการซื้อบริการเกิดขึ้น

นิติพล ภูตะโชติ (2549, หน้า 170-171) ได้กล่าวถึง ลักษณะของงานบริการ (Characteristics of Service) มีความแตกต่างจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เพราะงานบริการมีลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งลักษณะเฉพาะของงานบริการแบ่งได้ดังนี้

1. จับต้องไม่ได้และมองไม่เห็น (Intangibility) งานบริการมีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องได้ มองไม่เห็น และไม่มีรูปร่าง แต่สิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นสามารถรับรู้ได้จากความรู้สึก หรือการแสดงออกบางอย่างของลูกค้า เช่น ความชอบ ความเกลียด ความพอใจ ความไม่พอใจความโกรธ เป็นต้น

2. ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) งานบริการบางชนิดไม่สามารถแบ่งแยกได้อย่างชัดเจน เพราะนอกจากเรื่องบริการแล้ว ยังมีสิ่งอื่น ๆ ที่ได้รับจากบริการ เช่น ถ้าเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปประเทศเวียดนามโดยเครื่องบิน บริการที่ได้รับคือได้เดินทางถึงจุดหมายปลายทางและในระหว่างการเดินทาง พนักงานบริการบนเครื่องบินยังเสิร์ฟอาหาร เครื่องดื่มและอื่น ๆ ซึ่งสิ่งที่ได้รับไม่ใช่แค่เพียงการเดินทางถึงจุดหมายปลายทางเท่านั้น แต่ยังได้รับบริการอื่น ๆ อีกด้วย ดังนั้น บริการ สินค้า และผลิตภัณฑ์บางอย่างจึงไม่สามารถแบ่งแยกกันได้อย่างชัดเจน

3. สูญเสียง่ายหรือเสียหายง่าย (Perish Ability) บริการต่าง ๆ ไม่สามารถกักตุนจัดเก็บ หรือสต็อกเอาไว้ได้เหมือนกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะงานบริการมีเงื่อนไขเรื่องเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงไม่สามารถเก็บบริการเอาไว้ขายได้ เช่น ในฤดูการท่องเที่ยว ห้องพักของโรงแรมจะมีลูกค้าเข้าพักเต็ม และยังมีลูกค้าอีกจำนวนไม่น้อยที่ไม่สามารถจองห้องพักในเวลานั้นได้ แต่ในช่วงฤดูฝน ห้องพักของโรงแรมว่างเป็นจำนวนมาก ซึ่งห้องพักที่ว่างจำนวนมากเหล่านี้ก็ไม่สามารถนำไปขายในฤดูกาลท่องเที่ยว ที่ผ่านมาได้ เพราะมีเงื่อนไขของเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง

4. งานบริการมีลักษณะทำซ้ำ ๆ (Repetitiveness) งานบริการจะมีลักษณะเป็นการทำงานซ้ำ ๆ หลายครั้ง เช่น พนักงานเสิร์ฟอาหารในห้องอาหารมีหน้าที่ต้อนรับลูกค้า รับคำสั่งจากลูกค้า นำคำสั่งไปสั่งอาหารและเครื่องดื่ม นำอาหารและเครื่องดื่มมาเสิร์ฟลูกค้า คอยดูแลความเรียบร้อย เก็บเงินเมื่อลูกค้าต้องการจะกลับ จัดโต๊ะอาหารเพื่อเตรียมต้อนรับลูกค้าคนใหม่ การทำงานของพนักงานเสิร์ฟอาหารในห้องอาหารจะทำงานในลักษณะเช่นนี้ซ้ำแล้วซ้ำอีกหลาย ๆ ครั้ง จนกว่าจะถึงเวลาเลิกงาน จะเห็นได้ว่าลักษณะของงานบริการจะปฏิบัติงานซ้ำแล้วซ้ำอีกหลาย ๆ ครั้ง ซึ่งอาจจะมีแตกต่างจากงานอื่น ๆ

5. ความเข้มข้นรุนแรงต่อความรู้สึกลูกค้าของพนักงาน (Labor Intensiveness) เนื่องจากลักษณะงานของการให้บริการพนักงานจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ลูกค้ามีความต้องการที่แตกต่างกัน อุปนิสัยที่ไม่เหมือนกัน อารมณ์ของลูกค้าอาจเปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งแวดล้อมหรือปัจจัยอื่น ๆ การให้บริการไม่ใช่เรื่องง่ายที่ลูกค้าทุกคนจะได้รับความพึงพอใจเหมือนกัน พนักงานอาจจะพบกับลูกค้าที่มีอารมณ์ร้ายหรือลูกค้าที่จู้จี้จุกจิกสร้างปัญหา พนักงานให้บริการต้องเข้าใจในลักษณะงานให้บริการเป็นอย่างดีจึงจะสามารถทำงานในอาชีพนี้ได้

6. ความไว้วางใจ (Trust) เนื่องจากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ว่าจะได้รับการที่ดีจากสถานบริการหรือไม่ ดังนั้นผู้ใช้บริการต้องอาศัยความเชื่อถือหรือความไว้วางใจในสถานบริการเหล่านั้น เช่น อาจจะได้รับการบอกต่อถึงบริการจากเพื่อนหรือคนใกล้ชิดหรืออาจจะได้รับรู้จากประสบการณ์โดยตรง หรืออาจจะได้รับข่าวสารข้อมูลจากแหล่งอื่นจนเกิดความไว้วางใจและตัดสินใจไปใช้บริการ ลูกค้าก็คาดหวังว่าจะได้รับการที่ดี เพราะเกิดความเชื่อถือไว้วางใจในสถานบริการดังกล่าว

นัทรยาพร เสมอใจ (2545, หน้า 15-17) ได้กล่าวว่า ลักษณะของการบริการสามารถจำแนกออกได้เป็น 5 ลักษณะได้ดังนี้

1. บริการไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) เราไม่สามารถมองเห็น จับต้องหรือรู้สึกถึงการบริการใด ๆ ก่อนการซื้อและรับบริการได้ แต่สามารถรับรู้ว่าการบริการนั้นดีหรือไม่ ก็ต่อเมื่อได้เข้ารับบริการนั้น ๆ แล้ว ในขณะที่ผู้บริโภคสามารถมองเห็น จับต้องหรือพิจารณาคุณสมบัติของสินค้าได้ก่อนการซื้อ เนื่องจากสินค้านั้นมีตัวตนและคุณสมบัติที่ชัดเจน ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคทราบข้อมูลจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้ จึงทำให้ผู้ตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น และง่ายต่อการตัดสินใจซื้อบริการ

2. บริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) การให้บริการและการรับบริการต้องเกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน ไม่สามารถแยกกระบวนการผลิตและการบริโภคออกจากกันได้ ดังนั้น จึงเป็นข้อจำกัดในด้านผู้ให้บริการที่เป็นบุคคล และข้อจำกัดด้านเวลา ซึ่งสามารถให้บริการได้เพียงครั้งละ 1 ราย พนักงานผู้ให้บริการ 1 คน จึงไม่สามารถให้บริการแก่ลูกค้าหลาย ๆ ราย ในเวลาเดียวกันได้ ในขณะที่สินค้าแยกกระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย การซื้อ และการบริโภคออกจากกันได้ อย่างชัดเจน

3. การบริการไม่มีความแน่นอน (Variability) ในขณะที่การผลิตสินค้าอาศัยปัจจัยสำคัญคือ วัตถุดิบ เครื่องจักร และกระบวนการผลิต ที่สามารถเตรียมพร้อม ตรวจสอบ และควบคุมคุณภาพของสินค้าได้ง่ายกว่า แต่ปัจจัยการให้บริการไม่ได้มีเพียงวัตถุดิบ เครื่องจักรหรือกระบวนการบริการ ที่เหมือนกันเพียงเท่านั้น แต่อยู่ที่ส่วนบริการ และเกิดขึ้นเฉพาะสถานการณ์เดียวเท่านั้นคือ เมื่อให้บริการและรับบริการ ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับบุคคล ผู้อ่านอาจเคยพบสถานการณ์เหมือนกันได้ หรือการเลือกตัดผมกับช่างผมคนเดียวกัน ก็อาจตัดผมได้ไม่เหมือนกัน ในแต่ละครั้งเป็นต้น จากสถานการณ์ตัวอย่างดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่า คุณภาพของการบริการขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ซึ่งส่วนใหญ่ต้องอาศัยความพร้อมของพนักงาน หากพนักงานเกิดความไม่พร้อม ไม่ว่าจะเป็นด้านจิตใจหรือร่างกาย อาจส่งผลถึงคุณภาพของการบริการไปด้วย รวมถึงความพร้อมทั้งด้านร่างกายและจิตใจของผู้รับบริการด้วย ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้และประเมิน

คุณภาพของบริการเช่นกัน เมื่อเกิดความรู้สึกหรือทัศนคติในทางลบ ก็อาจส่งผลต่อการประเมินคุณภาพที่ลำเอียง (Bias) ด้วยเช่นกัน

4. บริการจัดทำมาตรฐานได้ยาก (Heterogeneous) การผลิตสินค้าสามารถจัดทำมาตรฐานได้ชัดเจนทั้งรูปแบบ คุณภาพ และปริมาณ ซึ่งใช้เป็นเกณฑ์ในการผลิต ควบคุม และสามารถตรวจสอบได้ เนื่องจากสามารถกำหนดปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในกระบวนการผลิตได้ชัดเจนมากกว่า ในขณะที่การจัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ หรือเครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการกลับเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้กระบวนการบริการเกิดความสะดวกและคุ้มค่า แต่ปัจจัยหลักที่ช่วยในการให้บริการ คือ “คน” และคุณภาพการให้บริการขึ้นอยู่กับทักษะ ความสามารถ และอรรถาธิบายของผู้ให้บริการแต่ละคน สิ่งนี้เองที่ทำให้ผู้ให้บริการที่มีฝีมือประสบความสำเร็จได้เฉพาะบุคคล ซึ่งส่งผลทำให้การแข่งขันด้านบริการทำได้ยากกว่า เนื่องจากขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ อีกทั้งการพยายามพัฒนาคุณภาพของบุคลากรให้เท่าเทียม และขยายศักยภาพในการให้บริการ เนื่องจากการสร้างมาตรฐานโดยอาศัยการจัดการคนให้มีมาตรฐานเดียวกันเป็นเรื่องยาก

5. บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish Ability) เนื่องจากบริการผลิตได้เพียงครั้งละหนึ่งหน่วย และจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อเกิดการซื้อและรับบริการในขณะเดียวกัน แต่ปัญหาของธุรกิจบริการคงจะไม่เกิดขึ้น หากความต้องการซื้อและความต้องการขายมีปริมาณที่ตรงกัน จึงทำให้เกิดการบริการไม่เพียงพอ และสูญเสียโอกาสกับลูกค้ารายอื่น ๆ ที่ผู้ให้บริการไม่สามารถให้บริการได้ และเกิดความสูญเสียแก่พนักงานที่ต้องอยู่ว่าง ๆ ในขณะที่ลูกค้าน้อย ในขณะที่ธุรกิจผู้ผลิตสินค้าสามารถทำการคาดคะเนล่วงหน้าและทำการผลิตเก็บไว้ เพื่อรองรับปริมาณความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงได้ แต่การบริการไม่สามารถทำได้

ความสำคัญของการบริการ

สมชาย กิจยรรยง (2536, หน้า 15) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการบริการ เป็นการให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากตัว บุคคลซึ่งต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะและความแนบเนียนต่าง ๆ ที่จะทำให้ชนะใจลูกค้า ผู้ที่มาติดต่อธุรกิจ หรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการจึงถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง ในปัจจุบันนี้ การให้บริการสามารถกระทำได้ ทั้งก่อนและในระหว่าง การติดต่อหรือภายหลังการติดต่อ โดยได้รับการบริการจากตัวบุคคลทุกระดับภายในองค์กร รวมทั้งผู้บริหารขององค์กรนั้น ๆ การบริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ติดต่อกับองค์กรธุรกิจเกิดความเชื่อถือศรัทธา และการสร้างภาพลักษณ์ซึ่งจะมีผลในการจัดซื้อหรือบริการอื่น ๆ ในโอกาสหน้า

การจัดบริการสาธารณะ

การจัดบริการสาธารณะหรือบริการส่วนรวมที่หลากหลาย นับได้ว่าเป็นบทบาทหน้าที่เบื้องต้นของรัฐหรือรัฐบาล (Anderson, 1989, pp. 19-22 อ้างถึงใน ทศพร ศิริสัมพันธ์, 2549) ที่ในแวดวงวิชาการรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ได้มีการถกเถียงกับมาพอควรว่า แท้จริงนั้นบทบาทของการจัดบริการสาธารณะของภาครัฐควรกว้างขวางมากเพียงใด โดยหลักการแล้วการบริการสาธารณะย่อมยังประโยชน์แก่สังคมและบุคคลทั่วไป การดำเนินบทบาทสำคัญประการหนึ่งของหน่วยงานภาครัฐจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญต่อเรื่องของประสิทธิภาพในเชิงการบริหารจัดการ และประสิทธิภาพเช่นว่านี้ ย่อมเป็นองค์ประกอบสำคัญในการกำหนดทิศทางในภาพรวมของประสิทธิภาพของการ จัดการภาครัฐที่มีต่อระบบการบริหารงานภาครัฐและระบบเศรษฐกิจ

การให้บริการของภาครัฐที่มีคุณภาพ จึงเป็นสิ่งที่สะท้อนสมรรถนะของการปฏิบัติงาน การให้บริการตอบสนองความต้องการ การประชาชนที่เป็นลูกค้าผู้รับบริการของหน่วยงานภาครัฐภายใต้รากฐานของการบริหารราชการหรือการบริหารงานภาครัฐตามแนวคิดการจัดการ ภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management: NPM) ที่ระบบราชการของหลายประเทศ รวมทั้งประเทศไทยรับมาเป็นกระบวนการทัศน์ในการขับเคลื่อนการจัดการระบบงาน ภาครัฐในช่วงหลายปีที่ผ่านมาตามแนวคิดนี้ นอกจากแนวทางการปรับปรุงสมรรถภาพและการยกระดับกำลังการผลิตของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งมีมีติดอยู่ที่การพัฒนาทรัพยากรบุคคล (Human Resource Development) และมีการใช้ประโยชน์จากภาคเอกชนให้มากขึ้น (OECD, 1991 อ้างถึงใน ทศพร ศิริสัมพันธ์, 2549) ซึ่งฮูด (Hood, 1980 อ้างถึงใน ทศพร ศิริสัมพันธ์, 2549) ได้เสนอความเห็นไว้ว่า การจัดการภาครัฐแนวใหม่นั้นมีมิติสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้มีความสำคัญต่อการให้ บริการประชาชน (Public Service Orientation) ที่มุ่งเน้นคุณภาพการให้บริการประชาชนที่เป็นลูกค้าผู้มารับบริการจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งเป็นทั้งปัจเจกชนและผู้ประกอบการที่ต้องติดต่อสัมพันธ์กับหน่วยงานภาครัฐ

หน่วยงานภาครัฐของไทย ได้นำเอาเครื่องมือทางการจัดการ (Management Tools) อันนับว่าเป็นเครื่องมือสากลเช่น การควบคุมคุณภาพ (Quality Control) การจัดการคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management: TQM) มาใช้ต่อเนื่องและขยายตัวในเชิงปริมาณเป็นลำดับ กระทั่งต่อมาประเทศไทยได้มีการพัฒนาเครื่องมือการจัดการมาใช้ในการบริหารงาน ภาครัฐของไทยอย่างหลากหลาย อาทิ ระบบมาตรฐานสากลของประเทศไทยด้านการจัดการและสัมฤทธิ์ผลของงานภาครัฐ (P.S.O.) รางวัลคุณภาพแห่งชาติของประเทศไทย (TQA) และการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ก็ได้รับการพัฒนาและผลักดันเพื่อนำมาใช้ปรับปรุงระบบการบริหารและการให้ บริการของหน่วยงานภาครัฐทั้งราชการส่วนกลาง และราชการส่วนภูมิภาค

รวมถึงราชการส่วนท้องถิ่นอย่างแพร่หลาย คุณภาพการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ จัดได้ว่าเป็นเรื่องหรือแนวคิดใหม่ที่หน่วยงานภาครัฐจะต้องดำเนินการตามกรอบ และบริบทของการปฏิรูประบบบริหารภาครัฐของไทย

ระบบมาตรฐานด้านการจัดการและสัมฤทธิ์ผลของงานภาครัฐ

ระบบมาตรฐานด้านการจัดการและสัมฤทธิ์ผลของงานภาครัฐ (Thailand International Public Sector Standard Management System and Outcomes: P.S.O.) คือ ระบบมาตรฐานสากลของประเทศไทยด้านการจัดการและสัมฤทธิ์ผลของงานภาครัฐ (Thailand International Public Sector Standard Management System and Outcomes (Thailand International P.S.O.)) เรียกโดยย่อว่า P.S.O. เป็น Innovative Policy หรือ นวัตกรรมใหม่ ในการมีมาตรฐานของภาคราชการของประเทศไทย ซึ่งถือว่าเป็นประเทศแรกของโลกที่จะมีมาตรฐานของภาคราชการ ตามที่คณะรัฐมนตรีมีมติให้ส่วนราชการดำเนินการพัฒนา P.S.O. เพื่อที่จะยกระดับมาตรฐานของภาคราชการทั้งระบบ

P.S.O. ต่างจาก ISO ตรงที่ ISO เป็นเรื่องจุลภาค เน้นองค์การภาคเอกชนเฉพาะองค์การให้บริการเฉพาะส่วน มีการประกันคุณภาพและการบริหารคุณภาพ โดยสรุปเป็นเรื่องกำไรขาดทุน ซึ่งระบบราชการไม่มี และต้องถูกรับรองโดยสถาบันการรับรองมาตรฐานต่างประเทศ (International Organization for Standardization)

P.S.O. เป็นนโยบายสาธารณะ (Public Policy) ที่มุ่งให้หน่วยราชการถือเป็นหน้าที่ต้องดำเนินการพัฒนา โดยเน้นสัมฤทธิ์ผลรวมของภาคราชการทั้งระบบ และการพัฒนา มาตรฐานของผลลัพธ์เน้นผลประโยชน์ของชาติเป็นที่ตั้ง เป้าหมายภาคราชการเน้น ผลลัพธ์ขั้นปลาย (Ultimate Outcomes) ซึ่งครอบคลุมด้านต่าง ๆ คือ

1. ความเสมอภาค
2. ความเป็นธรรม
3. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
4. สิทธิและเสรีภาพ
5. ความทั่วถึงในการให้บริการ
6. ความพึงพอใจของประชาชน
7. ประสิทธิภาพของหน่วยราชการ
8. ประหยัด
9. ความถูกต้อง
10. การรักษาผลประโยชน์สาธารณะ ความผาสุกคุณภาพชีวิตของประชาชนโดยรวม

ในฐานะผลรวมของการพัฒนาประเทศ

ลักษณะของ P.S.O.

มาตรฐานสากลภาครัฐ (P.S.O.) เป็นนวัตกรรมใหม่ของประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศแรกในโลกที่มีระบบมาตรฐานการจัดการ และ สัมฤทธิ์ผลภาครัฐ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนแรก ได้แก่ ระบบมาตรฐานคุณภาพด้านการบริหารจัดการ 10 ระบบย่อย ดังนี้

1. ระบบข้อมูล (P.S.O. 1101)
2. ระบบสื่อสาร (P.S.O. 1102)
3. ระบบการตัดสินใจ (P.S.O. 1103)
4. ระบบการพัฒนานุเคราะห์ (P.S.O. 1104)
5. ระบบการตรวจสอบถ่วงดุลย์ (P.S.O. 1105)
6. ระบบการมีส่วนร่วม (P.S.O. 1106)
7. ระบบการบริการภาคเอกชนแก่ประชาชน (P.S.O. 1107)
8. ระบบการประเมินผล (P.S.O. 1108)
9. ระบบการคาดคะเนและแก้ไขวิกฤติ (P.S.O. 1109)
10. ระบบวัฒนธรรมและจริยวิชาชีพ (P.S.O. 1110)

ส่วนที่สอง ได้แก่ มาตรฐานสัมฤทธิ์ผลของการปฏิบัติ คือ ผลผลิต ผลลัพธ์ ผลลัพธ์
 บั้นปลาย และระบบป้องกันผลลัพธ์บั้นปลายที่ไม่พึงปรารถนา (P.S.O. 2101)

ข้าราชการได้อะไรจากมาตรฐาน P.S.O.

1. ได้รับความศรัทธาจากประชาชน
2. ภูมิใจในศักดิ์ศรีของความเป็นข้าราชการ
3. มีความสามัคคีการทำงานเป็นทีม
4. เข้าใจงานอื่น ๆ ในหน่วยงานได้ดีกว่าเดิม
5. ลดภาระงาน ไม่ต้องอธิบายขั้นตอนมาก
6. มีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานและคำวิจารณ์
7. มีความสนุกสนาน และผ่อนคลายในการทำงาน
8. ได้พัฒนาศักยภาพของตนเอง
9. มีความกระตือรือร้นในการเพิ่มพูนความรู้
10. ใกล้ชิดกับผู้บังคับบัญชาและประชาชนมากขึ้น

ประชาชนได้อะไรจากมาตรฐาน P.S.O.

การที่หน่วยงานภาครัฐสามารถทำงานอย่างมีมาตรฐานและมีผลการปฏิบัติที่มี มาตรฐาน
 ย่อมสามารถตอบสนองความพึงพอใจของประชาชนที่เป็นลูกค้าหรือผู้รับบริการซึ่ง อาจกล่าวได้ว่า

ประชาชนจะได้รับหลักประกันคุณภาพของบริการภาครัฐในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

1. ความเสมอภาคในการบริการ
2. ความเป็นธรรมในการบริการ
3. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน
4. สิทธิเสรีภาพของประชาชน
5. ความทั่วถึงของบริการสาธารณะ
6. ความพึงพอใจของประชาชนในฐานะลูกค้า
7. ความประหยัดทั้งของภาครัฐและประชาชนผู้รับบริการ
8. คุณภาพและความถูกต้องของบริการและเอกสารที่เกี่ยวข้อง
9. การรักษาผลประโยชน์สาธารณะ ความผาสุกและ
10. คุณภาพชีวิตของประชาชนโดยส่วนร่วม

ประวัติความเป็นมาของกรมการขนส่งทางบก และสำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรี

กรมการขนส่งทางบก

เมื่อการขนส่งทางบกได้มีการวิวัฒนาการและขยายตัวขึ้นเรื่อย ๆ ทางราชการจึงได้ตั้งหน่วยงานขึ้นมาควบคุมดูแลให้เป็นระเบียบเรียบร้อย โดยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ได้โปรดเกล้าฯ ให้ตั้งกระทรวงคมนาคมขึ้น ในปี พ.ศ. 2425 อย่างไรก็ตาม กิจการด้านขนส่งทางบกก็ยังไม่มียุทธศาสตร์ที่มีหน้าที่รับผิดชอบ โดยตรงแม้แต่พระราชบัญญัติจัดตั้งกระทรวงและกรม พ.ศ. 2476 ก็ได้กำหนดให้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งทางบกโดยตรงอีกเช่นกัน จนกระทั่งในปลายปี พ.ศ. 2476 จึงได้มีพระราชบัญญัติว่าด้วยระเบียบราชการบริหารแห่งราชอาณาจักรสยาม พ.ศ. 2476 กำหนดให้มีกรมการขนส่งขึ้น ในกระทรวงเศรษฐกิจ ซึ่งมีหน้าที่เกี่ยวกับการเศรษฐกิจแห่งชาติ รวมทั้งหน้าที่ในราชการส่วนคมนาคมด้วย แต่ก็ยังไม่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งทางบกเพราะตามพระราชกฤษฎีกาจัดวางระเบียบ ราชการสำนักงานและกรมในกระทรวงเศรษฐกิจ พ.ศ. 2476 ได้กำหนดส่วนราชการของกรมการขนส่งไว้เพียง 2 กอง คือ สำนักงานเลขานุการกรม และกองการบินพลเรือน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการขยาย กิจการบินพาณิชย์ของประเทศ จวบจน กระทั่งวันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2484 รัฐบาลในสมัยนั้นซึ่งมี ฯพณฯ จอมพลแปลก พิบูลสงคราม เป็นนายกรัฐมนตรี ได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2484 สถาปนา “กรมการขนส่ง” ขึ้นเป็นส่วนราชการระดับกรมสังกัดกระทรวงคมนาคม โดยมีที่ทำการรวมอยู่ใน กระทรวงคมนาคม ณ ตำบลท่าช้างวังหน้า อำเภอรอนนคร (ที่ตั้งโรงละครแห่งชาติในปัจจุบัน)

งานที่กรมการขนส่งได้รับมอบหมายให้ดำเนินการในโอกาสแรกก็คือ งานเกี่ยวกับการขนส่งทางอากาศโดยที่งานดังกล่าวนี้ เดิมเป็นงานที่อยู่ในอำนาจและหน้าที่ของกองบินพาณิชย์ สำนักงานปลัด กระทรวง-เศรษฐกิจ กรมการขนส่งในสมัยนั้นได้รับโอนมาโดยบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติโอนอำนาจ หน้าที่เกี่ยวกับราชการของกระทรวงหรือกรม ซึ่งได้มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขปรับปรุงขึ้นใหม่ในปี พ.ศ. 2484 อย่างไรก็ตามจากผลของสงครามมหาเอเชียบูรพา หรือสงครามโลกครั้งที่ 2 ทำให้การวางเค้าโครงเกี่ยวกับอำนาจและหน้าที่จะพึงมีเพื่อตราพระราชกฤษฎีกา จัดวางระเบียบราชการในกรมการขนส่งต้องประสบอุปสรรคและล่าช้าไปมาก ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยมีส่วนได้รับความกระทบกระเทือนจากภัยของสงครามครั้งนี้ด้วย ซึ่งในที่สุด ได้มีการพิจารณาอย่างละเอียดรอบคอบแล้ว ฯพณฯ จอมพลแปลกพิบูลสงครามนายกรัฐมนตรี ในสมัยนั้นได้มีบันทึกสั่งการ กำหนดโครงสร้างส่วนราชการไว้ในรูปของกองให้มีหน้าที่โดยตรง เกี่ยวกับการขนส่งของประเทศรวม 3 ทาง คือ

1. กองขนส่งทางบก ทำการควบคุมการขนส่งทางบกทุกประเภท เว้นรถไฟและการเดินรถประจำทาง
2. กองขนส่งทางน้ำ ทำการควบคุมการขนส่งทางน้ำรวมทั้งทางทะเลด้วยและเอการเดินเรือทะเล มาอยู่ในกองนี้รวมบริษัทเดินเรือไทยไว้ด้วย
3. กองขนส่งทางอากาศ ทำการควบคุมการขนส่งทางอากาศทั้งในและนอกประเทศ หลังจากนั้นประมาณ 19 วัน ก็ได้มีประกาศใช้พระราชกฤษฎีกา จัดวางระเบียบราชการในกรมการขนส่ง เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2485 โดยแบ่งส่วนราชการเป็นดังนี้
 1. สำนักงานเลขานุการกรม แบ่งเป็น 3 แผนก คือ แผนกสารบรรณ แผนกสนเทศและสถิติ และแผนกแบบแผนและก่อสร้าง
 2. กองขนส่งทางบก แบ่งเป็น 3 แผนก คือ แผนกทะเบียนและอนุญาต แผนกควบคุมพาหนะทางบก แผนกควบคุมการขนส่งประจำทาง
 3. กองขนส่งทางน้ำ แบ่งเป็น 3 แผนก คือ แผนกทะเบียนและอนุญาต แผนกควบคุมยานพาหนะ ทางน้ำ แผนกควบคุมบริษัทขนส่งทางน้ำภายในและภายนอกประเทศ
 4. กองขนส่งทางอากาศ แบ่งออกเป็น 2 แผนก คือ แผนกทะเบียนและอนุญาต แผนกควบคุม การเดินอากาศ

ต่อมาพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการกรมการขนส่งฉบับปี พ.ศ. 2485 ได้ถูกยกเลิก พระราชกฤษฎีกาฉบับปี พ.ศ. 2491 โดยแบ่งส่วนราชการกรมการขนส่งเสียใหม่ ดังต่อไปนี้

1. สำนักงานเลขานุการกรม
2. กองขนส่งทางบกและทางน้ำ

3. สำนักงานการบินพลเรือน

4. สำนักงานท่าเรือกรุงเทพฯ

ต่อมาพระราชกฤษฎีกาฉบับปี พ.ศ. 2491 ได้ถูกยกเลิกไปอีกโดยพระราชกฤษฎีกาปี พ.ศ. 2495 โดยแบ่งส่วนราชการกรมการขนส่งเสียใหม่ดังต่อไปนี้

1. สำนักงานเลขานุการกรม

2. กองขนส่งทางบก

3. กองขนส่งทางน้ำ

4. สำนักงานการบินพลเรือน

ต่อมาพระราชกฤษฎีกาฉบับปี พ.ศ. 2491 ได้ถูกยกเลิกไปอีกโดยพระราชกฤษฎีกาฉบับปี พ.ศ. 2495 ได้ถูกยกเลิกไปอีก โดยพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการกรมการขนส่งฉบับที่ประกาศใช้เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2497 นับเป็นฉบับสุดท้ายที่ยังมีชื่อกรมการขนส่ง เหลืออยู่ ทั้งนี้ ให้อำนาจพระราชบัญญัติการขนส่ง พ.ศ. 2497 ซึ่งประกาศใช้ ในปีเดียวกันพร้อมกับย้ายที่ทำการติดตามกระทรวงคมนาคม ไปอยู่ที่ถนนราชดำเนินนอกซึ่งเป็นที่ตั้งของกระทรวงคมนาคม ในปัจจุบัน

อุปสรรคประการสำคัญที่ทำให้งานของกรมการขนส่งในช่วงแรกนั้น ไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควรก็เพราะว่ากรมการขนส่งได้ถูกสถาปนาขึ้นมา ในระยะที่ประเทศไทยตกอยู่ในภาวะสงคราม ความจำเป็นในการทหารไม่อำนวยต่อการเสนอของงบประมาณประจำปีสำหรับเป็นค่า ใช้จ่ายในการดำเนินงานและการบรรจุเจ้าหน้าที่หลังจากได้มีการประกาศใช้พระราชกฤษฎีกาจัดวางระเบียบราชการในกรมการขนส่งฉบับแรกได้รับอนุมัติมาก็พอจะดำเนินการให้ลุล่วงไปได้บ้างเท่านั้น เพราะเหตุนี้งานส่วนใหญ่ ซึ่งกรมการขนส่งดำเนินอยู่ในขณะนั้นจึงเป็นงานที่ต่อเนื่องมาจากกองการบิน พาณิชยกิจงานเกี่ยวกับการควบคุมบริษัทขนส่ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ดำเนินการขนส่งโดยเครื่องบินและรถยนต์ประจำทางระหว่าง จังหวัดต่าง ๆ เท่านั้น การที่จะควบคุมและส่งเสริมงาน เกี่ยวกับการขนส่งให้ได้ผลนอกจากจะต้องมีเจ้าหน้าที่และเงินค่าใช้จ่ายอย่างเพียงพอแล้ว ยังจำเป็นต้องมีอุปกรณ์อันสำคัญอีกประการหนึ่งคือตัวบทกฎหมาย ซึ่งให้อำนาจและกำหนดหน้าที่ของส่วนราชการซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ในการนั้น เพื่อให้การปฏิบัติงานได้เป็นไปโดยรัดกุมด้วย แม้จะมีตัวบทกฎหมายเกี่ยวกับการขนส่งอยู่แล้วหลายฉบับก็จริงอยู่แต่บรรดาตัวบทกฎหมายเหล่านั้นหาได้บัญญัติให้อำนาจและกำหนดหน้าที่เพื่อกรมการขนส่ง จะได้ดำเนินการให้เป็นไปตามนโยบายรัฐบาลได้วางไว้แต่อย่างใดไม่ เช่น พระราชบัญญัติรถยนต์ กำหนดให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยเป็นผู้รักษาการ พระราชบัญญัติ การเดินเรือ ในน่านน้ำไทย กำหนดให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยเป็นผู้รักษาการพระราชบัญญัติ

การเดิน เรือในน่านน้ำไทยกำหนดให้เป็นหน้าที่ของกรมเจ้าท่าและพระราชบัญญัติการเดิน อาภาศ
บัญญัติให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหมเป็นผู้รักษาการเหล่านี้เป็นต้น

เพื่อให้การขนส่งได้พัฒนาไปตามนโยบายของรัฐบาลที่ได้จัดตั้ง กรมการขนส่งขึ้นจึงได้
มีการเสนอความเห็นในอันที่จะพิจารณาแก้ไข หรือยกร่างกฎหมายเกี่ยวกับการขนส่งทั้งทางบก
ทางน้ำและทางอากาศขึ้นใหม่ เพื่อให้สอดคล้องต้องตามนโยบาย ดังได้กล่าวมาแล้วอย่างไรก็ตาม
เนื่องจากความขัดข้องบางประการปัญหาที่กล่าว มาจึงยังไม่อาจจะดำเนินการให้ลุล่วงไปได้งานที่
กรมการขนส่งปฏิบัติอยู่ในตอน แรกจึงเป็นงานเฉพาะเรื่อง เช่น งานควบคุมเดินรถโดยสารระหว่าง
จังหวัดของ บริษัทขนส่งจำกัดตามนโยบายรัฐบาลในสมัยนั้นรวมทั้งการเดินเรือ เพื่อประโยชน์ต่อ
ประชาชนในกรณีที่เอกชนไม่สามารถดำเนินการได้ หรือสามารถดำเนินการได้ แต่กำหนด
อัตราค่าขนส่งสูง บริษัทขนส่งจำกัดก็จะเข้าดำเนินการ เพื่อตรึงอัตราค่าขนส่งให้อยู่ในอัตราที่
เหมาะสมกับสภาพการณ์ไม่สูงไม่ต่ำเกินไปนอกจากนี้ก็ยังมียานอื่น ๆ อีกที่กรมการขนส่ง ได้รับ
มอบหมาย ให้ดำเนินการเป็นเฉพาะเรื่อง เช่น การเรียกเกณฑ์รถเพื่อใช้ในราชการทหาร ในระหว่าง
สงครามโลกครั้งที่ 2 การจัดหาน้ำมันยางรถและเครื่องอะไหล่รถยนต์มาจำหน่าย ในราคาถูกใน
ภาวะที่ขาดแคลนการขนย้ายทรัพย์สินของชาติไปเก็บ ณ ที่ปลอดภัยจังหวัด เพชรบูรณ์ ฯลฯ เป็นต้น
ในปี พ.ศ. 2506 ได้มีพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2506 เฉพาะ
กระทรวงคมนาคม ได้ยกฐานะสำนักงานการบินพลเรือนขึ้นเป็นกรมการบินพาณิชย์กำหนดตรา
หรือ เครื่องหมายราชการกรมการขนส่งทางบกตามประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง กำหนด
เครื่องหมายราชการ (ฉบับที่ 46) ลงวันที่ 12 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2507 โดยประกาศใน
ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 81 ตอนที่ 20 หน้า 135) โดยกำหนดว่า “เครื่องหมายราชการกรมการขนส่ง
ทางบก กระทรวง คมนาคม เป็นรูปมีกรอบวงกลม 3 เส้นภายในมีรูปพระมาตุลีเทพบุตร
ขับรถเทียมม้ากำลังลอยลงสู่พื้นดิน เบื้องล่างเป็นพื้นดินแม่น้ำและทะเลรอบตอนล่าง เป็นลายกนก
และมีชื่อกรมการขนส่งทางบก”

ต่อมาในปี พ.ศ. 2508 ได้มีพระราชบัญญัติ โอนกิจการบริหารของกรมการขนส่งทางบก
กระทรวงคมนาคม เฉพาะที่เกี่ยวกับราชการการขนส่งทางน้ำไปเป็นของกรมเจ้าท่า และ
ในปีเดียวกันนี้ได้มีพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการ กรมการขนส่งทางบกกระทรวงคมนาคมขึ้น
โดยแบ่งส่วนราชการออกเป็นราชการบริหารส่วนกลางและส่วนภูมิภาคดังนี้

1. ราชการบริหารส่วนกลาง

1.1 สำนักงานเลขานุการกรม แบ่งออกเป็น 4 แผนก คือ

1.1.1 แผนกสารบรรณ

1.1.2 แผนกการเจ้าหน้าที่

1.1.3 แผนกคลัง

1.1.4 แผนกพัสดุ

1.2 กองวิชาการและวางแผน แบ่งออกเป็น 5 งาน คือ

1.2.1 งานธุรการ

1.2.2 งานค้นคว้าและวิจัยเศรษฐกิจการขนส่ง

1.2.3 งานวิจัยกฎหมายการขนส่ง

1.2.4 งานสถิติการขนส่ง

1.2.5 งานการต่างประเทศ

1.3 กองสวัสดิภาพการขนส่ง แบ่งออกเป็น 3 งาน คือ

1.3.1 งานธุรการ

1.3.2 งานจัดการศึกษาอบรมและทดสอบ

1.3.3 งานส่งเสริมสวัสดิภาพการขนส่ง

1.4 กองควบคุมการขนส่ง แบ่งออกเป็น 3 แผนก คือ

1.4.1 แผนกคณะกรรมการควบคุมการขนส่ง

1.4.2 แผนกบริการขนส่ง

1.4.3 แผนกใบอนุญาต

1.5 กองวิศวกรรมการขนส่ง แบ่งออกเป็น 4 งาน คือ

1.5.1 งานธุรการ

1.5.2 งานมาตรฐานเครื่องอุปกรณ์การขนส่ง

1.5.3 งานซ่อมบำรุง

1.5.4 งานตรวจสอบสภาพรถยนต์

1.6 กองตรวจการขนส่ง แบ่งออกเป็น 4 แผนก คือ

1.6.1 แผนกเปรียบเทียบ

1.6.2 แผนกตรวจการ

1.6.3 แผนกตรวจสอบบัญชีการขนส่ง

1.6.4 แผนกทะเบียนผู้ประจำเครื่องอุปกรณ์การขนส่ง

2. ราชการบริหารส่วนภูมิภาค ได้แก่ สำนักงานขนส่งจังหวัด

กฎหมายที่กำหนดอำนาจและหน้าที่ของกรมการขนส่งทางบกในการควบคุม การขนส่งทางบกของประเทศในขณะนั้น ได้แก่ พระราชบัญญัติการขนส่ง พ.ศ. 2497 และพระราชบัญญัติการขนส่ง (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2510 ซึ่งในทางปฏิบัติแล้วมาตรา 2 แห่ง พระราชบัญญัติการขนส่ง

พ.ศ. 2497 ได้บัญญัติให้อำนาจแก่ฝ่ายบริหารที่จะประกาศใช้พระราชบัญญัตินี้ทั้งหมด หรือเพียงบางส่วนในท้องที่ใดให้กระทำได้โดยประกาศพระราชกฤษฎีกาและ เมื่อพระราชบัญญัติการขนส่ง พ.ศ. 2497 ประกาศใช้แล้ว ก็ได้มีประกาศพระราชกฤษฎีกาให้ใช้พระราชบัญญัติการขนส่งบังคับในท้องที่ จังหวัดต่าง ๆ ไปตามลำดับระยะเวลาดังต่อไปนี้คือ

พ.ศ. 2497 พระราชกฤษฎีกาให้ใช้พระราชบัญญัติการขนส่ง พ.ศ. 2497 ในส่วนที่เกี่ยวกับการขนส่งประจำทางด้วยรถยนต์ ในท้องที่จังหวัดพระนคร และจังหวัดธนบุรี พ.ศ. 2497

พ.ศ. 2498 พระราชกฤษฎีกาให้ใช้พระราชบัญญัติการขนส่ง พ.ศ. 2497 ในส่วนที่เกี่ยวกับการขนส่งประจำทางในท้องที่จังหวัดนนทบุรี จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม พ.ศ. 2498

พ.ศ. 2502 พระราชกฤษฎีกาให้ใช้พระราชบัญญัติการขนส่ง พ.ศ. 2497 ในท้องที่บางจังหวัด และกำหนดประเภทลักษณะชนิดและขนาดเครื่องอุปกรณ์การขนส่ง พ.ศ. 2502

พระราชกฤษฎีกาให้ใช้พระราชบัญญัติการขนส่ง พ.ศ. 2497 ในท้องที่จังหวัด พระนครและธนบุรีและกำหนดประเภท ลักษณะชนิดและขนาดเครื่องอุปกรณ์การขนส่ง พ.ศ. 2502

พ.ศ. 2503 พระราชกฤษฎีกาให้ใช้พระราชบัญญัติการขนส่ง พ.ศ. 2497 ในส่วนที่เกี่ยวกับการขนส่งสาธารณะและการขนส่งประจำทางในท้องที่บางจังหวัด และกำหนดเครื่องอุปกรณ์ขนส่ง พ.ศ. 2503 (รถบรรทุก 38 จังหวัด)

พ.ศ. 2504 พระราชกฤษฎีกายกเลิกพระราชกฤษฎีกาให้ใช้พระราชบัญญัติการขนส่ง พ.ศ. 2497 ในท้องที่จังหวัดพระนครและจังหวัดธนบุรีและกำหนดประเภทลักษณะชนิดและขนาด เครื่องอุปกรณ์การขนส่ง

พ.ศ. 2502, พ.ศ. 2504 พระราชกฤษฎีกาให้ใช้พระราชบัญญัติการขนส่ง พ.ศ. 2497 ในส่วนที่เกี่ยวกับการขนส่งสาธารณะในท้องที่บางจังหวัดและกำหนดเครื่อง อุปกรณ์การขนส่ง พ.ศ. 2504

พ.ศ. 2507 พระราชกฤษฎีกาให้ใช้พระราชบัญญัติการขนส่ง พ.ศ. 2497 ในส่วนที่เกี่ยวกับการขนส่งประจำทางด้วยรถยนต์โดยสาร พ.ศ. 2507 พระราชกฤษฎีกาให้ใช้พระราชบัญญัติการขนส่ง พ.ศ. 2497 ในส่วนที่เกี่ยวกับการขนส่งสาธารณะและการขนส่งประจำทางด้วยรถยนต์ที่บรรทุก

พ.ศ. 2507 พระราชกฤษฎีกาให้ใช้พระราชบัญญัติการขนส่ง พ.ศ. 2497 ในส่วนที่เกี่ยวกับการขนส่งสาธารณะด้วยรถยนต์ที่บรรทุกผู้โดยสารได้เกินเจ็ดคน พ.ศ. 2507

พ.ศ. 2509 พระราชกฤษฎีกาให้ใช้พระราชบัญญัติการขนส่ง พ.ศ. 2497 ในส่วนที่เกี่ยวกับการขนส่งส่วนบุคคล พ.ศ. 2509 (วันที่ 6 กันยายน พ.ศ. 2509) พระราชกฤษฎีกาให้ใช้

พระราชบัญญัติการขนส่ง พ.ศ. 2497 ในส่วนที่เกี่ยวกับการรับจัดการขนส่ง พ.ศ. 2509 (วันที่ 6 กันยายน พ.ศ. 2509)

เพื่อให้การควบคุมกิจการขนส่งเป็นไปด้วยความมีระเบียบเรียบร้อย กรมการขนส่งทางบกจึงจำเป็นที่จะต้องเปิดที่ทำการขนส่งออกไปทั่วราชอาณาจักร ตั้งแต่วันที่เริ่มดำเนินการ จนถึงปัจจุบันตามลำดับดังต่อไปนี้

ปี พ.ศ. 2504 เริ่มเปิดสำนักงานและจัดส่งเจ้าหน้าที่ออกไปประจำที่จังหวัดจันทบุรี เพชรบุรี และนครสวรรค์

ปี พ.ศ. 2505 เปิดที่จังหวัดอุบลราชธานี อุตรธานี สงขลา และเชียงใหม่

ปี พ.ศ. 2506 เปิดที่จังหวัดนครราชสีมา

ปี พ.ศ. 2507 เปิดที่จังหวัดลำปาง ตรัง ขอนแก่น ชุมพร นครปฐม และชลบุรี

ปี พ.ศ. 2508 เปิดที่จังหวัดยะลา พังงา ปราจีนบุรี มหาสารคาม พิชณุโลก และลพบุรี

ปี พ.ศ. 2509 เปิดที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ประจวบคีรีขันธ์ กาญจนบุรี บุรีรัมย์

สกลนคร อยุธยา ตาก เพชรบูรณ์ และอุดรดิตถ์

ปี พ.ศ. 2510 เปิดที่จังหวัดหนองคาย เชียงราย แพร่ ระยอง สุราษฎร์ธานี นราธิวาส และเลย

ปี พ.ศ. 2512 เปิดที่จังหวัดราชบุรี สระบุรี ชัยภูมิ ชัยนาท ปัตตานี ภูเก็ต นครพนม และร้อยเอ็ด

ปี พ.ศ. 2513 เปิดที่จังหวัดฉะเชิงเทรา สุพรรณบุรี สุโขทัย สุรินทร์ พิจิตร และสิงห์บุรี

ปี พ.ศ. 2514 เปิดที่จังหวัดกำแพงเพชร อุทัยธานี อ่างทอง นครนายก ระนอง และภูเก็ต

ปี พ.ศ. 2515 เปิดอีกรวม 13 จังหวัดได้แก่ จังหวัดกระบี่ กาฬสินธุ์ ตราด ลำพูน นนทบุรี น่าน ปทุมธานี ศรีสะเกษ สตูล สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สมุทรสาคร และยโสธร ครอบคลุมจังหวัด (พระราชกฤษฎีกาให้ใช้พระราชบัญญัติการขนส่ง พ.ศ. 2497 ในส่วนที่เกี่ยวกับการขนส่งประจำทางด้วยรถยนต์ ในท้องที่จังหวัดพระนครและจังหวัดธนบุรี พ.ศ. 2497, 2497)

สำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรี

ปัจจุบันมีสำนักงานขนส่งจังหวัด 75 จังหวัด สำนักงานขนส่งจังหวัดสาขา 114 สาขา ลักษณะงานเป็นงานควบคุมและจัดระเบียบการขนส่งทางถนนภายในเขตจังหวัด โดยดำเนินการด้านการประกอบการขนส่ง การรับจัดการขนส่ง การวางแผน การจัดระเบียบการขนส่งภายในจังหวัด การตรวจการ การส่งเสริมสวัสดิภาพการขนส่ง สถานีขนส่งผู้โดยสาร ควบคุมดูแลสถานตรวจสภาพรถ และโรงเรียนสอนขับรถของเอกชน และการบริการประชาชนเกี่ยวกับ

การดำเนินการด้านทะเบียนและภาษีรถ การตรวจสภาพรถ ใบอนุญาตผู้ประจำรถ และใบอนุญาตขับรถ ทั้งตามกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก และกฎหมายว่าด้วยรถยนต์

สำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรี เป็นหน่วยงานราชการส่วนภูมิภาค สังกัดกรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม เปิดทำการครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ. 2508 โดยมีนายสลัด สุวรรณรอด ดำรงตำแหน่งเป็นขนส่งจังหวัดท่านแรก ปัจจุบันตั้งอยู่เลขที่ 147 หมู่ที่ 1 ถนนสุขุมวิท ตำบลหนองไม้แดง อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี เดิมมีเนื้อที่ 14 ไร่ 3 งาน 76 ตารางวา ต่อมาในปี พ.ศ. 2552-2553 ได้รับอนุมัติให้ใช้ที่ราชพัสดุของกรมทางหลวงซึ่งอยู่ติดกันต่อออกไปอีก 23 ไร่ 2 งาน 48 ตารางวา รวมเป็นเนื้อที่ทั้งหมด 38 ไร่ 2 งาน 24 ตารางวา สำนักงานขนส่งจังหวัด เป็นหน่วยราชการบริหารส่วนภูมิภาค สังกัดกรมการขนส่งทางบก

สำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรี มีหน้าที่ในการควบคุม ดูแล ตรวจสอบ ปรามปราม จัดเก็บเงินค่าบริการรายได้ของสถานีและจัดระเบียบการใช้สถานีสั่งผู้โดยสารจังหวัดชลบุรี ให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วย การขนส่งทางบก เพื่ออำนวยความสะดวก ความปลอดภัย ให้แก่ผู้ใช้บริการ สถานีขนส่งผู้โดยสาร ผู้ประกอบการขนส่งและผู้ประจำรถ สำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรี มีการแบ่งหน่วยงานภายในเป็น 6 หน่วยงาน ได้แก่ งานบริหารงานทั่วไป กลุ่มวิชาการขนส่ง ฝ่ายทะเบียนรถ ฝ่ายตรวจสภาพรถ ฝ่ายใบอนุญาตขับรถ และสำนักงานขนส่งจังหวัดสาขา ดังนี้

1. งานบริหารงานทั่วไป มีหน้าที่ความรับผิดชอบงานสารบรรณ งานการเจ้าหน้าที่ งานการเงินและบัญชี การจัดทำแผนงาน การจัดทำงบประมาณ การพัสดุ งานรับชำระภาษีทางไปรษณีย์ งานทะเบียนรถราชการ งานธุรการทั่วไป และช่วยงานด้านตรวจการ งานส่งเสริมสวัสดิภาพการขนส่งของสำนักงานขนส่งจังหวัด
2. กลุ่มวิชาการขนส่ง มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการสำรวจ รวบรวม จัดทำสถิติและวิเคราะห์ข้อมูลการขนส่ง เพื่อวางแผนการจัดระเบียบการขนส่งภายในจังหวัด กำหนดปรับปรุงยกเลิก เส้นทางรถโดยสาร และเงื่อนไขเกี่ยวกับการประกอบการขนส่งประจำทาง ไม่ประจำทาง รถขนาดเล็กและส่วนบุคคล การดำเนินการด้านใบอนุญาตประกอบการขนส่งทุกประเภท การตรวจตราปรามปรามผู้กระทำความผิดตามกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก การดำเนินงานด้านการส่งเสริมสวัสดิภาพการขนส่ง การประชาสัมพันธ์ และการให้คำปรึกษาแนะนำ ให้ความรู้ และหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติงานด้านทะเบียนและภาษีรถ ด้านใบอนุญาต ขับรถและผู้ประจำรถ รวมทั้งการควบคุม ตรวจสอบ ปรามปราม และจัดระเบียบการใช้สถานีสั่งผู้โดยสาร
3. ฝ่ายทะเบียนรถ มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการดำเนินการด้านทะเบียนและภาษีรถให้เป็นไปตามกฎหมาย ว่าด้วยการขนส่งทางบก และกฎหมายว่าด้วยรถยนต์

4. ฝ่ายตรวจสภาพรถ มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการตรวจสภาพรถ การตรวจสอบรถ การตรวจพิสูจน์ความถูกต้องของตัวรถ และการอนุญาตจัดตั้งสถานตรวจสภาพรถเอกชน ตลอดจนการควบคุม กำกับดูแล การต่ออายุ การยกเลิกหรือเพิกถอนการจัดตั้งสถานตรวจสภาพรถเอกชนในเขตพื้นที่ความรับผิดชอบ เพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก และกฎหมายว่าด้วยรถยนต์

5. ฝ่ายใบอนุญาตขับรถ มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการดำเนินการด้านใบอนุญาตขับรถ และใบอนุญาตผู้ประจำรถให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก กฎหมายว่าด้วยรถยนต์ และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

6. สำนักงานขนส่งจังหวัดสาขา มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินการด้านใบอนุญาตประกอบการขนส่งส่วนบุคคลการตรวจตรา ปรามปรามผู้กระทำผิดกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก รวมทั้งการบริการประชาชนเกี่ยวกับการดำเนินการด้านทะเบียนและภาษีรถ (เว้นแต่การจดทะเบียนรถ) การเปลี่ยนประเภทรถ การโอนกรรมสิทธิ์รถและการย้ายรถเข้า-ออก ดำเนินการตรวจสอบรถและตรวจสภาพรถ การดำเนินการด้านใบอนุญาตผู้ประจำรถ และใบอนุญาตขับรถตามกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก และกฎหมายว่าด้วยรถยนต์

นโยบายของฝ่ายตรวจสภาพรถยนต์ สำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรี

สำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรีได้กำหนดวิสัยทัศน์ ค่านิยม และวัฒนธรรม (สำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรี, 2554) ดังนี้

วิสัยทัศน์ “สำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรีเป็นองค์กรต้นแบบในการให้บริการที่มีความเป็นเลิศด้วยความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้องและเป็นธรรม”

ค่านิยม ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร คือ “2 (ST) M” โดยที่

S หมายถึง Smile Service และ Speed

T หมายถึง Teamwork และ Technology

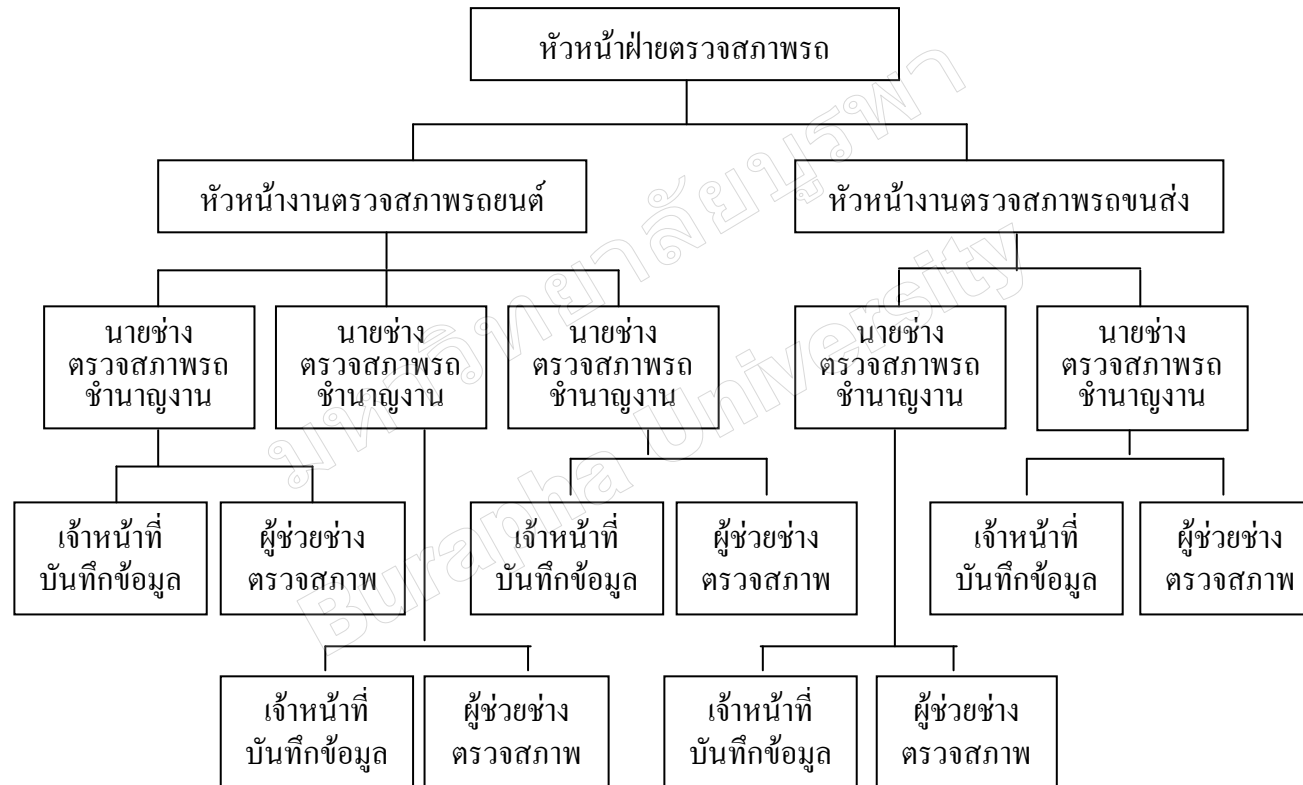
M หมายถึง Morality

วัฒนธรรม	“ยิ้มแย้มแจ่มใส	เชี่ยวชาญฉับไว
	ที่หนึ่งในบริการ	สมัครสมานสามัคคี
	เทคโนโลยีก้าวล้ำ	คดิธรรมประจำใจ”

ฝ่ายตรวจสภาพรถยนต์ สำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรีได้นำวิสัยทัศน์ ค่านิยม และวัฒนธรรมของสำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรีมากำหนดเป็นนโยบายการให้บริการแก่ประชาชนผู้มารับบริการตรวจสภาพรถในด้านต่าง ๆ ดังนี้

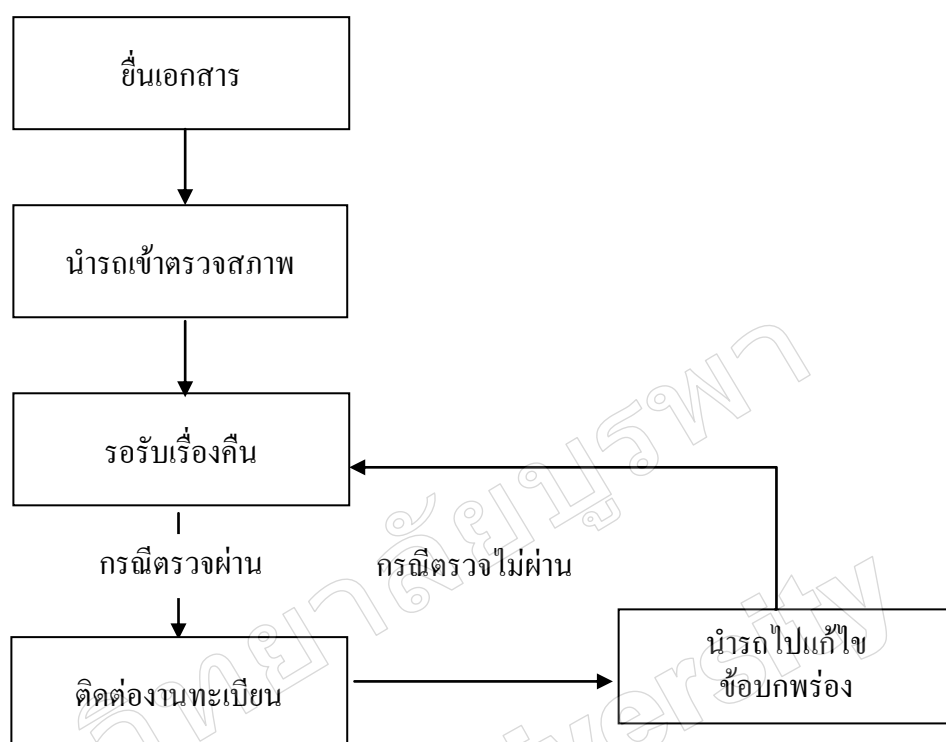
1. ด้านบริการ และการอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ เกี่ยวกับเรื่อง การประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการให้บริการ การให้บริการเป็นไปตามขั้นตอนการทำงาน ผู้รับบริการ ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ การตรวจสอบเป็นไปตามระเบียบที่กำหนด ได้รับผลการตรวจสอบอย่างรวดเร็ว มีน้ำดื่มและที่นั่งรอรับบริการอย่างเพียงพอ
 2. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ เกี่ยวกับความเอาใจใส่ของผู้ควบคุมการตรวจสอบ มีความรู้ความชำนาญในงานให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง และเป็นไปตามกำหนดเวลา ผู้ให้บริการ มีมารยาทและความสุภาพ มีความกระตือรือร้น ซื่อสัตย์ต่องาน และมีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลรักษารถ
 3. ด้านอาคารสถานที่ และอุปกรณ์ที่มีให้บริการ เกี่ยวกับสถานที่ตั้งมีความเหมาะสม การคมนาคมสะดวก ลานจอดรถมีให้บริการอย่างเพียงพอ สถานที่จอดรถอยู่ไม่ห่างจากอาคารตรวจสอบ มีป้ายบอกอย่างชัดเจน อุปกรณ์การตรวจสอบมีความทันสมัย และครบถ้วน อาคารตรวจสอบมีความสะอาดเรียบร้อย และมีการกวดขันเรื่องความปลอดภัยขณะทำการตรวจสอบ
- ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามระบบมาตรฐานด้านการจัดการและสัมฤทธิ์ผลของงานภาครัฐ (P.S.O.) ที่ฝ่ายตรวจสอบรถยนต์ สำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรี ได้ยึดเป็นแนวทางในการให้บริการแก่ประชาชน

อัตรากำลังของฝ่ายตรวจสอบารอด สำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรี



ภาพที่ 2 อัตรากำลังของฝ่ายตรวจสอบารอด สำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรี

ขั้นตอนการนำรถเข้าตรวจสอบสภาพ



ภาพที่ 3 ขั้นตอนการนำรถเข้าตรวจสอบสภาพ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นางลัดขันธ์ เสงี่ยม (2543) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการมาใช้บริการที่กรมการขนส่งทางบก: ศึกษา เฉพาะกรณี สำนักงานขนส่งจังหวัดสมุทรปราการ สาขา อำเภอพระประแดง พบว่า ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการมาใช้บริการในภาพรวม ประชาชนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สำหรับระดับความพึงพอใจของประชาชน ที่มีต่อการมาใช้บริการ ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านอุปกรณ์และเครื่องมือที่ให้บริการ และด้านขั้นตอนการให้บริการ ประชาชนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนสถานที่ให้บริการ ประชาชนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการใช้บริการพบว่า ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ประชาชนมีความพอใจมากเรื่อง สุภาพเรียบร้อยในการแต่งกายของเจ้าหน้าที่ด้านสถานที่ให้บริการ ประชาชนมีความพอใจมากในเรื่องความสะดวก และความพอเพียงของสถานที่จอดรถ ในเรื่องความสะอาดของห้องน้ำที่มีไว้บริการประชาชนผู้มาติดต่อ ความพอเพียงของที่นั่งพักสำหรับประชาชนผู้มาติดต่อ และมีป้ายบอก

ชัดเจนว่าหน่วยงานบริการแต่ละหน่วยอยู่ที่ใด ประชาชนมีความพอใจปานกลาง ด้านอุปกรณ์และเครื่องมือที่ให้บริการ ประชาชนมีความพอใจมากในเรื่องจำนวนอุปกรณ์และเครื่องมือที่ให้บริการพอเพียง และพร้อมจะใช้งาน และด้านขั้นตอนในการให้บริการ ประชาชนมีความพอใจมากในเรื่องให้บริการประชาชนตามลำดับก่อนและหลังของการ ติดต่อขอรับบริการ และความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า สมมติฐานที่ตั้งไว้ได้รับการยอมรับ ที่ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้ ของประชาชน ที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ไพริน ศรีคง (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของข้าราชการขนส่งจังหวัด ศึกษาเฉพาะกรณีสำนักงานขนส่งจังหวัดระยอง การวิจัยได้กำหนดความพึงพอใจต่อการให้บริการออกเป็น 3 ด้านคือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านระบบการให้บริการ และเมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามพบว่า เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ความถี่ในการติดต่อ ความสัมพันธ์ส่วนตัว และระยะทางระหว่างปัจจัยบ้านกับสำนักงานขนส่งจังหวัด ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชน ส่วนอาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชน เฉพาะด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการเท่านั้น ส่วนความคิดเห็นด้านระบบการให้บริการและการสร้างความศรัทธาต่อประชาชนไม่มีความสัมพันธ์กัน จากผลการวิจัยพบว่า ทางสำนักงานขนส่งจังหวัด ยังต้องมีการปรับปรุงการให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านระบบการให้บริการ ด้านการสร้างความศรัทธา เพราะมีประชาชนมากกว่า ร้อยละ 20 ที่มีความพึงพอใจน้อยและน้อยมาก ต่อการให้บริการจากข้าราชการขนส่งจังหวัด

สุภาพร นามวงศ์อนุสรณ์ (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการด้านงานทะเบียนรถ ศึกษากรณีสำนักงานขนส่งจังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านงานทะเบียนรถของสำนักงานขนส่งจังหวัดจันทบุรีอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือด้านสถานที่ให้บริการ และมีความพึงพอใจด้านการให้บริการน้อยที่สุด แต่เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านของการให้บริการพบว่า ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการประชาชนมีความพึงพอใจต่อความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงาน แต่ยังขาดการให้ความร่วมมือกันทำงานเป็นทีม ส่วนด้านการให้บริการประชาชนมีความพึงพอใจต่อระบบของการให้บริการ เนื่องจากมีความชัดเจนขั้นตอนการดำเนินการไม่ซับซ้อน แต่ใช้ระยะเวลาดำเนินการมากเกินไปไม่เหมาะสม และด้านสถานที่ให้บริการ ประชาชนมีความพึงพอใจต่อความสะดวกและความเพียงพอของสถานที่จอดรถ

แต่ภายในสำนักงานยังขาดการประชาสัมพันธ์และป้ายแสดงรายละเอียด ขั้นตอนและสถานที่ติดต่อราชการ สำหรับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการบริการที่พบคือ เจ้าหน้าที่ควรสร้างมนุษยสัมพันธ์กับประชาชนที่มามีติดต่อให้มากขึ้น สร้างความรู้ให้แก่ประชาชนให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนและระเบียบการติดต่อราชการ มุ่งเน้นประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน และควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ เอกสารเผยแพร่ ป้ายประกาศ การบริการแบบฟอร์มให้มากขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการประชาชนอย่างสูงสุดต่อไป

บดี ปุษยานันท์, พรหมินทร์ เมธากาญจนศักดิ์, พิภาพร เอี่ยมธูรพจน์, รักชนก แสงภักดีจิต, ชลธิชา มุสิกใส และศิริกานต์ สุวรรณผู (2548) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการโดยหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดหนองคาย ปี พ.ศ. 2548 ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการโดยหน่วยงานภาครัฐ ในจังหวัดหนองคาย ในภาพรวม อยู่ในระดับ มาก และเมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่า ด้านขั้นตอนในการดำเนินงาน ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับ มาก ด้านเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานที่ติดต่อ ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับ มาก ด้านสภาพแวดล้อมของหน่วยงานที่ติดต่อ ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านเรื่องอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับ มาก สำหรับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการโดยหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดหนองคาย จากการศึกษาพบว่า วุฒิการศึกษา และระดับรายได้ นั้นมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการโดยหน่วยงานภาครัฐ ในจังหวัดหนองคาย แต่ในขณะที่ ระดับอายุ และการประกอบอาชีพนั้นกลับไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของประชาชน ที่มีต่อการให้บริการโดยหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดหนองคายแต่อย่างใด

ศรกมล กุบโลกกรวด (2548) ศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารชาวไทยต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้โดยสารชาวไทยต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการได้รับความเชื่อมั่นต่อบริการ และด้านการเข้าใจและเห็นใจผู้รับบริการไม่แตกต่างกัน หมายความว่า ผู้โดยสารรู้สึกพึงพอใจกับบริการที่ได้รับ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการได้รับความเชื่อมั่นต่อบริการ และด้านการเข้าใจและเห็นใจผู้รับบริการ การเปรียบเทียบความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้โดยสารชาวไทยต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวมแตกต่างกัน หมายความว่า ผู้โดยสารชาวไทยมีความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้

ด้านลักษณะทางกายภาพและโดยรวม

ศิริรัฐ ชัชวาลย์ปรีชา (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่องคุณภาพในการให้บริการของฝ่ายทะเบียนรถและฝ่ายใบอนุญาตขับรถ: ศึกษากรณีสำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรี เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการสำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรี และศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของผู้มาใช้บริการหน่วยงานที่มาใช้บริการฝ่ายทะเบียนส่วนใหญ่ใช้บริการงานทะเบียนรถ ส่วนฝ่ายใบอนุญาตส่วนใหญ่มาใช้บริการงานใบอนุญาต และช่วงเวลาที่มาใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเวลา 08.30-12.00 น. ความคิดเห็นต่อคุณภาพด้านการบริการในภาพรวมด้านสิ่งสัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเอาใจใส่ เห็นด้วยปานกลาง ส่วนด้านการตอบสนองทันที ด้านการทำให้เกิดความเป็นด้วยมาก ส่วนข้อมูลพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการ ผู้ที่มาใช้บริการฝ่ายทะเบียนรถต่างกัน ช่วงเวลาที่มาใช้บริการต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้บริการของสำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ที่มาใช้บริการฝ่ายใบอนุญาตต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้บริการของสำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน ยกเว้นฝ่ายใบอนุญาตสำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรีกับด้านความเอาใจใส่แตกต่างกัน

วิมลรัตน์ ปิยนามวานิช (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของสำนักงานขนส่งจังหวัดพังงา โดยผลการศึกษาด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสำนักงานขนส่ง จังหวัดพังงา ในภาพรวมอยู่ในระดับมากในทุกด้านของการบริการ โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมาก ในด้านกระบวนการ/ ขั้นตอนการให้บริการมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรก รองลงมา ด้านพนักงานและการต้อนรับ และด้านสถานที่/ สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ เครื่องมือ ฯ ที่ให้บริการเป็นลำดับสุดท้าย ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มี เพศ อาชีพ การศึกษา ภูมิลำเนาที่อยู่ปัจจุบัน ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการของสำนักงานขนส่ง จังหวัดพังงา ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ใช้บริการที่มีอายุ สถานภาพทางการขนส่งของผู้ใช้บริการ งานที่มาติดต่อ ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของสำนักงานขนส่ง จังหวัดพังงา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ข้อเสนอแนะด้านพนักงานและการต้อนรับ พนักงานควรใช้ชุดฟอร์มที่มีสีสันทันทีสไตในการตัดเย็บที่นอกเหนือจากชุดฟอร์ม ของราชการ เพราะปัจจุบันการแต่งกายของพนักงานก็เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมากที่จะสามารถ เป็นภาพลักษณ์ให้กับองค์กร ควรมีการฝึกอบรมพนักงานและส่งเสริมให้มีกิจกรรมที่กระตุ้นให้พนักงานมีความ ตื่นตัว กระตือรือร้นที่จะให้บริการ ข้อเสนอแนะด้านกระบวนการ/ ขั้นตอนการให้บริการ พบว่า ต่างให้ความสำคัญในเรื่อง

การให้บริการของพนักงานเป็นอย่างมาก เช่น ควรให้มีพนักงานเพียงพอที่จะคอยให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวก รวดเร็ว พนักงานควรพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือ หรือคำแนะนำ แก่ผู้ใช้บริการ เช่น ควรพูดว่า มีอะไรให้ช่วยไหมคะ? หรือ สงสัยถามได้ค่ะ เป็นการให้บริการที่ตรงกับความต้องการ และตรงจุด ข้อเสนอแนะด้านสถานที่/ สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ เครื่องมือ ฯ ที่ให้บริการ พบว่า ควรจะมีการพัฒนาและนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ เช่น หอ้งน้ำ ควรมีกระดาษชำระให้บริการ และมีเครื่องกำจัดกลิ่นในแต่ละห้องด้วย ควรมีป้ายชี้ทาง จุดบริการ ที่ชัดเจน แบ่งเป็นสัดส่วนที่เหมาะสม สอดคล้องกับการใช้งานจริง

พัฒพงษ์ วัฒนชาติภักดี (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่องความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อสถานตรวจสภาพรถเอกชน (ตรอ.) กรณีศึกษาจังหวัดชลบุรี โดยมุ่งเน้นการให้บริการในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านบริการ และอำนวยความสะดวก
2. ด้านบุคลากร
3. ด้านอาคารสถานที่ และอุปกรณ์

ผลการศึกษาพบว่า 1) งานบริการและอำนวยความสะดวก สถานตรวจสภาพรถเอกชน ควรมีการบริการเพิ่มในเรื่อง มีบริการน้ำดื่ม มีป้ายบอกขั้นตอนการตรวจสภาพรถ เน้นคุณภาพการให้บริการ ปฏิบัติตามขั้นตอนและระเบียบที่ทางราชการกำหนด และจัดที่นั่งขณะรอรับการตรวจสภาพรถ 2) ด้านบุคลากร ควรให้คำแนะนำความรู้เกี่ยวกับการบำรุงรักษารถ มีทักษะในการทำงานเป็นทีม และกระตือรือร้นเพื่อให้ผู้รับบริการพึงพอใจ 3) งานด้านอาคารสถานที่ และอุปกรณ์ ควรให้บริการเพิ่มเติมในเรื่องมีลานจอดรถสำหรับรอตรวจสภาพรถไม่น้อยกว่า 2 คัน กันแดดและฝนได้ มีการกวดขันเรื่องความปลอดภัยในขณะทำการตรวจสภาพรถ และความสะอาดเรียบร้อยในการตรวจสภาพรถ

สุวรรณรัตน์ วรรณพัฒน์ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสำนักงานขนส่งจังหวัดสกลนคร โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-40 ปี อาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษาระดับมัธยมศึกษา และปวช. มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 50001-10000 บาท ส่วนพฤติกรรมการใช้บริการ มีความถี่ในการใช้บริการปีหนึ่งประมาณ 3-6 ครั้ง ส่วนใหญ่เดินทางไปใช้บริการโดยรถยนต์ มีการใช้บริการส่วนใหญ่ในช่วง 09.00-12.00 น. มีระยะเวลาการให้บริการ ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง ผู้ใช้บริการมีปัญหาและอุปสรรคด้านต่าง ๆ ทั้ง 7 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง การศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการ ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันคือ 1) เพศ 2) อายุ 3) สถานภาพทางครอบครัว 4) ระดับการศึกษา 5) รายได้ต่อเดือนส่งผลให้เกิดปัญหาและ

อุปสรรคในการใช้บริการแตกต่างกัน ปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการที่ต่างกันคือ 1) ประเภทรถที่เดินทางไปใช้บริการ 2) ระยะเวลาในการใช้บริการส่งผลให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการแตกต่างกัน

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University