งานวิเคราะห์การให้บริการด้านยานพาหนะ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

โดย

นางสาวสุชานันท์ ตาลเจริญธรรม
เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
ฝ่ายบริหารและสนับสนุนวิชาการ
มหาวิทยาลัยมหิดล

คำนำ

การจัดทำงานวิเคราะห์การให้บริการด้านยานพาหนะ เป็นผลงานส่วนหนึ่งของงานปฏิบัติการและสิ่งแวดล้อม เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการทำวิจัย R2R มาสรุปเนื้อหา วิเคราะห์ผลการทำวิจัยที่ได้ เพื่อให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ให้มากที่สุด ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาการให้บริการ และเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการวิเคราะห์งาน R2R เล่มนี้จะมีประโยชน์และเป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านการให้บริการรถยนต์ส่วนกลางของวิทยาลัยนานาชาติ แก่ผู้ใช้บริการ นักศึกษา พนักงาน และผู้ที่สนใจ

นางสาวสุชานันท์ ตาลเจริญธรรม
งานปฏิบัติการและสิ่งแวดล้อม
วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	**1**
- ความเป็นมาและเหตุผลความจำเป็นของการวิเคราะห์	1
- วัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์	3
- ขอบเขตของการวิเคราะห์	3
- ประโยชน์การวิเคราะห์ต่อการพัฒนางานในหน้าที่	3
- คำจำกัดความ	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิเคราะห์ / งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	**4**
- แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ	4
- แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ	6
- แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ	8
บทที่ 3 วิธีการวิเคราะห์	**10**
- ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง	10
- เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์	10
- การเก็บรวบรวมข้อมูล	10
- วิธีการสร้างแผนผังสาเหตุและผล หรือผังก้างปลา	11
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	**13**
- การวิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	13
- การวิเคราะห์การใช้บริการด้านยานพาหนะ	14
- การวิเคราะห์ด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านยานพาหนะ	17
- การวิเคราะห์ด้านความต้องการของผู้รับบริการ	19
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	**22**
เอกสารอ้างอิง	**26**

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

สารบัญภาพ

หน้า

รูปภาพที่ 1 แผนภาพแสดงเหตุ และปัจจัย 11
รูปภาพที่ 2 แสดงวิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม 13
รูปภาพที่ 3 แสดงการสำรวจการใช้บริการด้านยานพาหนะ 14
รูปภาพที่ 4 แสดงการสำรวจวัตถุประสงค์ในการใช้บริการด้านยานพาหนะ 14
รูปภาพที่ 5 การสำรวจจำนวนคนที่ใช้บริการด้านยานพาหนะในแต่ละครั้ง 15
รูปภาพที่ 6 แสดงการสำรวจความถี่ในการใช้บริการด้านยานพาหนะ 15
รูปภาพที่ 7 แสดงการสำรวจพฤติกรรมการขอใช้บริการด้านยานพาหนะ 16
รูปภาพที่ 8 แสดงการวิเคราะห์ด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านยานพาหนะ 17
รูปภาพที่ 9 แสดงความพึงพอใจด้านยานพาหนะที่ให้บริการ 17
รูปภาพที่ 10 แสดงความพึงพอใจด้านระบบการขอใช้ยานพาหนะ 18
รูปภาพที่ 11 แสดงความพึงพอใจด้านการให้บริการของผู้ดูแลระบบ 18
รูปภาพที่ 12 แสดงความต้องการยานพาหนะเพิ่ม 19
รูปภาพที่ 13 แสดงความต้องการพนักงานขับรถเพิ่ม 19
รูปภาพที่ 14 แผนภาพแสดงเหตุและผลของปัญหา 20
รูปภาพที่ 15 กระบวนการวิเคราะห์ 24

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 สาเหตุ และแนวทางแก้ไขปัญหา 21
ตารางที่ 2 ข้อดีและข้อเสียในการจัดรถให้บริการ 23

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและเหตุผลความจำเป็นของการวิเคราะห์

ในยุคที่โลกกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ธุรกิจไม่ว่าจะน้อยใหญ่ย่อมมีการแข่งขันกันเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับการผลิต หรือขายสินค้า และธุรกิจที่เน้นด้านการบริการล้วนต้องให้ความสำคัญกับการบริการทั้งสิ้น และองค์กรที่เน้นการให้บริการเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้ซื้อ หรือผู้ใช้บริการได้มากที่สุด ครอบคลุมที่สุด นั่นหมายถึงธุรกิจหรือกิจการนั้นๆ จะประสบความสำเร็จได้ไม่อยากนัก เมื่อการให้บริการเปรียบเสมือนการสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคหรือลูกค้า ดังนั้น ผู้บริหารองค์กรจึงเร่งขยายตัวด้านการให้บริการที่ครอบคลุมมากที่สุด เช่น ร้านสะดวกซื้อมีการจัดหาชุดอาหารเช้าให้บริการสำหรับลูกค้าที่ต้องการความสะดวกไม่มีเวลาเตรียมอาหารเช้า แต่ก็ยังคำนึงถึงการบริโภคที่ถูกหลักโภชนาการ เนื่องจากปัจจุบันประชากรหันกลับมาให้ความสำคัญ และดูแลสุขภาพเพิ่มขึ้น หรือธุรกิจด้านการเงิน ธนาคารเร่งรุกตลาดด้านการประกันชีวิต และการจัดหากองทุน LMF RMF เพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายคนวัยทำงาน และผู้เกษียณอายุการทำงาน เป็นต้น พิสิทธิ์ พิพัฒน์โภคากุล (2559) กล่าวว่า การบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Service Quality) มิใช่เป็นการส่งมอบบริการที่ดีที่สุดให้ลูกค้า แต่เป็นการส่งมอบบริการตามความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้ลูกค้าเป้าหมายที่ได้รับบริการไปแล้วเกิดความพึงพอใจ เพราะว่าการส่งมอบบริการที่ดีที่สุด อาจต้องลงทุนสูงในการหาคนทำงาน การอบรมพนักงาน การตกแต่งร้าน การซื้อเทคโนโลยีมาใช้ รวมทั้งลูกค้ามีหลายกลุ่ม หากเราให้บริการอย่างดีที่สุดแก่ลูกค้าที่มิใช่เป้าหมายบริษัทอาจได้ผลเสีย เช่น ขาดทุน เพราะลูกค้าเป้าหมายอาจไม่ใช้บริการก็เป็นได้ ตัวอย่างเช่น ธุรกิจธนาคารตามสาขาต่าง ๆ หากลงทุนให้บริการลูกค้าอย่างดีที่สุด เช่น มีกาแฟสดชงให้ดื่ม มีห้องดูหนัง ฟังเพลง เล่นอินเตอร์เน็ต แน่นอนลูกค้าย่อมรู้สึกดี และบอกว่าบริการมีคุณภาพ แต่ความเป็นจริงทางธุรกิจธนาคารสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าแต่อาจไม่ประสบความสำเร็จทางธุรกิจก็เป็นได้ ดังนั้น การบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ เราต้องหาสมดุล ระหว่างความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย กับการลงทุนให้เจอ

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

เราจะให้การบริการอย่างไรในศตวรรษที่ 21 นี่คือคำถามที่หลายท่านสงสัย เนื่องจากในยุคนี้เกิดแนวคิดใหม่ๆ ทฤษฎีใหม่ๆ ขึ้น ซึ่งแนวความคิดที่เปลี่ยนไปมี ดังนี้ เมื่อก่อนหน่วยงานส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับ Marketing (การตลาด) แต่ยุคปัจจุบันให้ความสำคัญกับเรื่องของ Service (บริการ) โดยเน้นลูกค้าที่ใช้บริการตลอดชีพ ไม่ใช่เพียงแค่ใช้บริการครั้งแรกและครั้งเดียว เน้นกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มร่วมกับลูกค้า (ให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในงานบริการหรือสินค้าของเรา) การบริการจึงเป็นจุดขายของธุรกิจในยุคปัจจุบันและยุคอนาคต เนื่องจากในยุคของการแข่งขัน ลูกค้ามีความสำคัญมาก สำคัญจนกระทั่งมีคำกล่าวว่า *"Customer is the King"* หรือบุคคลสำคัญๆ ของโลก เช่น มหาตมะ คานธี ถึงกับกล่าวว่า *"ไม่ควรคิดว่าลูกค้าจำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยธุรกิจเรา เราต่างหากที่ต้องพึ่งพาอาศัยลูกค้า"* สำหรับสิ่งที่งานบริการควรต้องปรับตัวในศตวรรษนี้ก็คือ การบริการจะต้องมีความรวดเร็วยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นยุคของการแข่งขันอย่างเสรี บริษัทต่างๆ ทั่วโลกสามารถเข้ามาค้าขายได้ในประเทศไทยหรือประเทศต่างๆ ในโลก (ยกเว้นบางประเทศที่ยังปิดกั้นเรื่องของการค้าเสรีอยู่) การบริการจะต้องเน้นที่ความคุ้มค่า เน้นเรื่องของคุณภาพ เมื่อเปรียบเทียบกับราคา ยุคปัจจุบัน และยุคในอนาคต ตลาดเป็นของผู้ซื้อ ผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อสินค้า และบริการต่างๆ ได้มากมาย พูดง่ายๆ ว่าอำนาจต่อรองส่วนใหญ่เป็นของผู้ซื้อนั่นเอง การบริการจะต้องเน้นที่ตัวคุณภาพและความสามารถของผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการจะต้องปรับตัวในการให้บริการ จะต้องเอาใจใส่ลูกค้ามากกว่าเดิม ต้องมีข้อมูลต่างๆ ของลูกค้าเพื่อที่จะบริการได้ตรงใจกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น ซึ่งความรู้สึกของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มักจะมีความรู้สึกแบ่งเป็นระดับด้วยกัน 4 ระดับ คือ ไม่พอใจ เฉยๆ พอใจ และประทับใจ (สำหรับลูกค้ามีทั้งลูกค้าภายใน คือ เพื่อนร่วมงาน เจ้านายผู้ใต้บังคับบัญชา และลูกค้าภายนอก คือ ผู้รับบริการ) (สุทธิชัย ปัญญโรจน์ : 2555)

วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นหน่วยงานในสังกัดของมหาวิทยาลัยมหิดล ที่มีพันธกิจในด้านการให้บริการด้านการเรียนการสอน ซึ่งนอกเหนือการให้บริการด้านการเรียนการสอน หน่วยงานต้องมีการจัดสรรการบริการอื่นๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเกิดความสะดวกที่จะมาใช้บริการ ดังนั้น งานปฏิบัติการและสิ่งแวดล้อมที่มีหน้าที่รับผิดชอบส่วนหนึ่งเกี่ยวกับการบริการด้านยานพาหนะให้กับผู้บริหาร อาจารย์ พนักงาน และนักศึกษาของวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปด้วยความราบรื่น และทำให้ลูกค้าเกิดความสะดวก และความพึงพอใจ ซึ่งการให้บริการด้านยานพาหนะ ต้องให้บริการแข่งกับเวลา ผู้ให้บริการต้องมีความรู้ด้านสถานที่ตั้งของแต่ละแห่ง รวมถึงการประเมินสถานการณ์ต่างๆ ระหว่างการเดินทาง เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ และความสะดวกแก่ผู้รับบริการ ดังนั้น เพื่อเป็นพัฒนาปรับปรุงการปฏิบัติงาน และการให้บริการเกิดความสะดวก และตรงตามความต้องการของผู้รับบริการที่สุด จึงจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์ถึงความพึงพอใจ ความต้องการ และปัญหาที่เกิดขึ้นในการให้บริการด้านยานพาหนะ

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

วัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์

1. เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านยานพาหนะ
2. เพื่อทราบถึงความต้องการเกี่ยวกับการบริการด้านยานพาหนะ
3. เพื่อทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นของผู้รับบริการด้านยานพาหนะ
4. เพื่อนำผลการวิเคราะห์มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขการบริการด้านยานพาหนะ

ขอบเขตของการวิเคราะห์

งานวิเคราะห์เรื่อง การให้บริการด้านยานพานะ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยลัยมหิดล นี้ใช้กระบวนการในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วิเคราะห์ความพึงพอใจ และความต้องการเกี่ยวกับการให้บริการด้านยานพาหนะ ด้วยการสำรวจโดยการตอบแบบสอบถามของผู้รับบริการ ได้แก่ อาจารย์ พนักงาน และนักศึกษา จำนวน 500 คน จากแบบสอบถามที่ถามจากผู้รับบริการดังกล่าว มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 48.60% เมื่อหาค่าความเชื่อมั่นตามแนวคิด และทฤษฎีของ Taro Yamane พบว่า มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และมีระดับความคาดเคลื่อนที่ ± 5% (ผศ.ธานินทร์ ศิลป์จารุ: 2549 หน้า 49) โดยนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม SPSS

2. วิเคราะห์ปัญหาและแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขการบริการด้านยานพาหนะ ด้วยวิธีการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาเปรียบเทียบ และใช้การวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีก้างปลา โดยนำข้อมูลจากข้อที่ 1 มาประกอบการวิเคราะห์

ประโยชน์การวิเคราะห์ต่อการพัฒนางานในหน้าที่

1. เมื่อทราบถึงระดับความพึงพอใจ และความต้องการของผู้รับบริการแล้ว โดยนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงการให้บริการในส่วนที่มีความพึงพอใจน้อย และเป็นการบริการที่สำคัญที่ผู้ใช้บริการต้องการ

2. ทำให้ทราบถึงปัญหา และสาเหตุของปัญหา พร้อมทั้งแนวทางแก้ไข

คำจำกัดความ

ยานพาหนะ หมายถึง รถยนต์ที่อยู่ในครอบครองของวิทยาลัยฯ สำหรับให้บริการเดินทางติดต่อประสานงาน และกิจกรรมต่างๆ ของวิทยาลัยนานาชาติ ปัจจุบันมีจำนวน 7 คัน แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. รถเช่า เป็นรถตู้ จำนวน 5 คัน
2. รถวิทยาลัย จำนวน 3 คัน ประกอบด้วย รถกระบะ 1 คัน รถเก๋ง 2 คัน

ผู้รับบริการ หมายถึง อาจารย์ พนักงาน และนักศึกษา ที่มีความประสงค์จะใช้บริการรถยนต์ของวิทยาลัยฯ ในการไปติดต่อประสานงานส่งเอกสาร และกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิทยาลัยฯ

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิเคราะห์ / งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิเคราะห์การให้บริการด้านยานพาหนะนี้ ผู้วิเคราะห์ได้ทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามหัวข้อดังนี้

1. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
2. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ
3. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ

1. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

1.1 ความหมายของความพึงพอใจ

- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิต (2542) พึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ พึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

- กิติมา ปรีดีดิลก (2532 อ้างถึงในฟ้ามุย สุกณศีล, 2548) หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือความพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่างๆ เมื่อได้รับการตอบสนอง

- บุญใจ ศรีสถิตย์นรากูร (2551) ความพึงพอใจ คือ เจตคติหรือความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในจิตใจเมื่อบุคคลประสบผลสำเร็จตามความคาดหวัง หรือเมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการหรือสิ่งที่ปรารถนาโดยเป็นความรู้สึกที่ดีหรือเป็นความรู้สึกในทางบวก

- จิตราภรณ์ เพ็งดี (2541 อ้างถึงใน พุทธรักษ์ จินดาโรจน์, 2546) ความพึงพอใจ เป็นสภาวะทางอารมณ์ หรือความรู้สึกทางอารมณ์ของบุคคลที่ตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมของงานในด้านความพอใจว่าชอบมากหรือน้อยเพียงใด

- วัลภา ชายหาด (2535 อ้างถึงใน ทรงกรด ไกรกังวาร, 2550) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการสาธารณะว่าหมายถึง ระดับความพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการใน 4 ลักษณะ คือ การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันเวลา การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการอย่างก้าวหน้า

- มณีวรรณ ตั้นไทย (2533 อ้างถึงใน ชูเกียรติ มูลทา, 2547) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจของประชาชนที่มีความต้องการใน 4 ด้าน คือ ด้านความสะดวก ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านระยะเวลาในการให้บริการ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

1.2 องค์ประกอบของความพึงพอใจในบริการ

- จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2545) ได้ให้องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการไว้ 2 ประการ คือ

1) องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าผลิตภัณฑ์บริการที่ได้รับมีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการแต่ละประเภท ตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด เช่น แขกที่เข้าพักในโรงแรมจะได้พักในห้องพักที่จองไว้ ลูกค้าที่เข้าไปในภัตตาคาร ควรจะได้รับอาหารตามที่สั่ง เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นบริการที่ผู้รับบริการควรจะรับตามลักษณะของ การบริการแต่ละประเภท

2) องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอการบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าวิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใดไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่ และปฏิกิริยาตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการ ในด้านความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อความหมายและการปฏิบัติตนในการให้บริการ

- กรรณิการ์ อักษรศิริโอภาส (2546) ให้ความเห็นเกี่ยวกับหลักการให้บริการ ดังนี้

1) หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ คือเป็นประโยชน์บริการที่องค์การจัดให้ตอบสนองความต้องการของบุคลากรส่วนใหญ่ หรือทั้งหมด

2) หลักความสม่ำเสมอ คือ การให้บริการนั้น ๆ ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ มิใช่ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงาน

3) หลักความเสมอภาค บริการที่จะได้นั้นต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกันไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใดในลักษณะแตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด

4) ความสามารถรอบรู้ ผู้ให้บริการที่ดี จะต้องมีความสามารถรอบรู้ต่างๆ เพราะความรู้ทำให้เกิดทัศนคติที่ดี ทำให้เกิดความเชื่อมันในการทำงานติดตาม

5) การมีความเชื่อถือ การที่ผู้มีหน้าที่ในการบริการจะมีความน่าเชื่อถือได้นั้นคุณสมบัติของแต่ละคนเป็นสิ่งสำคัญในการทำหน้าที่บริการซึ่งคุณสมบัติที่ดีของผู้ให้บริการมีดังนี้

5.1) แต่งกายสุภาพเรียบร้อย สะอาดเหมาะสม ตามแบบที่หน่วยงานของตนกำหนด

5.2) เป็นผู้ที่ชอบคน เข้าใจคน และชอบบริการผู้อื่น

5.3) มีชีวิตชีวา มีอากัปกิริยาและวาจาอ่อนน้อม

5.4) มีไหวพริบ ซึ่งต้องประกอบด้วยการมีความรู้ในงาน และความรู้รอบตัวดี

5.5) ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งประกอบด้วย ฉันทะ วิริยะ จิตตะ และวิมังสา คือ ต้องรักงาน ต้องพากเพียร ต้องตั้งใจ ต้องพัฒนางาน และปรับปรุงอยู่เสมอ

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

5.6) ฝึกเป็นคนรู้จักคุณค่าของเวลา ตรงต่อเวลา รักษาเวลา

5.7) ยิ้มและแสดงท่าทางสนใจเสมอ

5.8) แสดงความกระตือรือร้นและแสดงความมีน้ำใจออกมา

5.9) เตรียมตนเองให้พร้อมเสมอ เตรียมอุปกรณ์ให้พร้อมที่จะทำหน้าที่ให้บริการ

5.10) มีความจำดี รู้ข้อมูลในงานและข่าวสารทั่วไปที่ดี

6) ความน่าไว้วางใจ นอกจากการทำให้คนอื่นเชื่อถือหรือเชื่อมันแล้ว ผู้ที่ทำหน้าที่บริการควรต้องทำให้เป็นคนที่น่าไว้วางใจอีกด้วยโดยใช้สูตร 5ย. ดังนี้

6.1) เยี่ยมเยียน หมายถึง สอบถามหรือมีความห่วงใยทั้งทางจดหมายหรือโทรศัพท์

6.2) ยืดหยุน หมายถึง มีความยืดหยุ่นในการบริการ ไม่ถือกฎกติกา เคร่งครัดจนเกินไป ทั้งนี้ ให้อยู่ในความเหมาะสม

6.3) ยิ้มแย้ม หมายถึง ยิ้มแย้มแจ้มใส ประทับใจตลอดกาล

6.4) ยกย่อง หมายถึง รู้จักให้เกียรติยกย่องลูกค้า และให้บริการเสมอ

6.5) ยืนหยัด หมายถึง ยืนหยัดที่จะทำหน้าที่ในการบริการอย่างมีคุณภาพที่ดีตลอดไป

7) การมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี การมีสุขภาพกายที่ดี จะทำให้สุขภาพจิตดีด้วย ในขณะเดียวกันการที่มีสุขภาพจิตดีได้จะต้องเป็นคนมองโลกในแง่ดีด้วย

การให้บริการ เพื่อสนองตอบความพึงพอใจของผู้รับบริการ สรุปได้ว่า การให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ จะต้องให้บริการด้วย ความอ่อนน้อม ยิ้มแย้ม สุภาพ เรียบร้อย ตลอดจนการแต่งกายควรให้เหมาะสมกับการให้บริการนั้นๆ ดังนั้น ผู้บริหารองค์กรควรศึกษา และกำหนดให้เป็นแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจน เช่น มีชุด Uniform มีการฝึกอบรมการให้บริการด้วยใจ และการติดตามผลการให้บริการของพนักงานในสังกัด อีกทั้งควรมีการเปิดรับฟังความคิดเห็นทั้งจากพนักงานและผู้รับบริการ หรือลูกค้า เป็นต้น

2. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ

Maslow (1954, หน้า 80-91) ระบุว่า บุคคลจะมีความต้องการที่เรียงลำดับจากระดับพื้นฐานมากที่สุดไปยังระดับสูงสุด ขอบข่ายของมาสโลว์จะอยู่บนพื้นฐานของสมมุติฐาน รากฐาน 3 ข้อ คือ 1) บุคคล คือ สิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการ ความต้องการของบุคคลสามารถมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของพวกเข้าได้ ความต้องการที่ยังไม่ถูกตอบสนองเท่านั้น สามารถมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความต้องการที่ถูกตอบสนองแล้วจะไม่เป็นสิ่งจูงใจ 2) ความต้องการของบุคคลจะถูกเรียงลำดับตามความสำคัญ หรือเป็นลำดับชั้นจากความต้องการพื้นฐาน (เช่น อาหารและที่อยู่อาศัย) ไปจนถึงความต้องการที่ซับซ้อน (เช่น ความสำเร็จ) และ 3) บุคคลที่จะก้าวไปสู่ความต้องการระดับต่อไปเมื่อความต้องการระดับต่ำลงมาได้

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

ถูกตอบสนองอย่างดีแล้วเท่านั้น นั่นคือ คนงานจะมุ่งการตอบสนองความต้องการสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยก่อน ก่อนที่จะถูกจูงใจให้มุ่งไปสู่การตอบสนองความต้องการทางสังคม Maslow ทำการศึกษาเขาแบ่งความต้องการของมนุษย์เป็น 5 ลำดับ ลำดับ 1 - 4 เป็นความต้องการระดับต้น ลำดับที่ 5 เป็นความต้องการระดับสูง

ลำดับขั้นที่ 1 *ความต้องการทางสรีระ* (Physiological Needs) ซึ่งเป็นความต้องการทางลำดับต่ำสุด ความต้องการเหล่านี้ หมายถึง แรงผลักดันทางชีววิทยาพื้นฐาน เช่น ความต้องการอาหาร อากาศ น้ำ และที่อยู่อาศัย เพื่อการตอบสนองความต้องการเหล่านี้ องค์กรจะต้องให้เงินเดือนอย่างเพียงพอแก่บุคคลจะรับภาระสภาพการดำรงชีวิตอยู่ได้ (เช่น อาหารและที่อยู่อาศัย)

ลำดับขั้นที่ 2 *ความต้องการความปลอดภัย* (Safety Needs) ความต้องการนี้เป็นความต้องการลำดับที่ 2 ซึ่งถูกกระตุ้นภายหลังจากที่ความต้องการทางร่างกายถูกตอบสนองแล้ว ความต้องการความปลอดภัยจึงหมายถึง ความต้องการสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยปราศจากอันตรายทางร่างกายและจิตใจ หากองค์กรสามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้ในหลากหลายแนวทาง เช่น การให้ประกันชีวิตและสุขภาพ สภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย กฎและข้อบังคับที่ยุติธรรม เหมาะสม และการยอมให้มีสหภาพแรงงาน เป็นต้น

ลำดับขั้นที่ 3 *ความต้องการทางสังคม* (Belonging needs) หมายถึง ความต้องการที่จะเข้าร่วม และได้รับการยอมรับในสังคม ความเป็นมิตร และความรักจากเพื่อนร่วมงาน เช่น ความอยากมีเพื่อน มีพวกพ้อง มีกลุ่ม มีครอบครัว และมีความรัก เป็นต้น

ลำดับขั้นที่ 4 *ความต้องการเป็นที่ยอมรับ ยกย่องและให้เกียรติยศชื่อเสียง* (Esteem needs) เป็นความต้องการระดับที่ 4 ความต้องการเหล่านี้ หมายถึง ความต้องการของบุคคลที่จะสร้างการเคารพตนเอง และการได้รับคำชมเชยจากบุคคลอื่น ความต้องการชื่อเสียงและการยกย่องจากบุคคลอื่นจะเป็นความต้องการประเภทนี้ เช่น การประกาศ “บุคคลดีเด่น” ประจำเดือน ถือเป็นตัวอย่างของการ ตอบสนองความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง

ลำดับขั้นที่ 5 *ความต้องการความสมหวังของชีวิต* (Self-Actualization Needs) ความต้องการความสมหวังของชีวิต คือ ความต้องการระดับสูงสุด เป็นความต้องการที่จะบรรลุความตั้งใจของตนเองด้วยการใช้ความสามารถ ทักษะ และศักยภาพอย่างเต็มที่ บุคคลที่ถูกจูงใจด้วย ความต้องการความสมหวังของชีวิตจะแสวงหางานที่ท้าทายความสามารถ

ความต้องการของมนุษย์ มีลำดับขั้นจากความต้องการพื้นฐานจนถึงการความต้องการขั้นสูงของชีวิต จะค่อยๆ พัฒนาความต้องการขึ้นเมื่อขั้นหนึ่งได้รับความสนองตอบแล้ว ขั้นต่อๆ ไปจะเข้ามาเสมอ เช่น เมื่อคนได้รับอาหารการกินแล้ว จะเริ่มมองหาความปลอดภัยในชีวิต คือการหาที่อยู่อาศัย เมื่อมีที่อยู่อาศัยแล้ว ก็จะเริ่มมองหาเพื่อนหรือสังคม เพื่อการติดต่อสื่อสาร เมื่อมีเพื่อนมีสังคม ก็จะต้องเริ่มต้องการการยอมรับในสังคม โดยเริ่มจะมีการทำอะไรก็ได้เพื่อให้เป็นคนสำคัญหรือมีความโดดเด่นกว่าคนในสังคม ตลอดจน

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

3. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ

สมิต สัชฌุกร (2553) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการบริการไว้ว่า การบริการเป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ ให้เขาได้ใช้ประโยชน์ทางใดทางหนึ่งด้วยความพยายามใดๆ ก็ตามและด้วยวิธีที่หลากหลาย ให้คนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ ซึ่งแยกพิจารณาลักษณะของการบริการได้ดังนี้

1. เป็นพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกต่อผู้อื่น ซึ่งจะเห็นได้จากการกระทำโดยแสดงออกในลักษณะของสีหน้า แววตา กริยาท่าทาง คำพูดและน้ำเสียง โดยพฤติกรรมที่ปรากฏให้เห็นจะเกิดผลได้ทันที และแปรผลได้รวดเร็ว

2. เป็นการกระทำที่สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจ การบริการจะขึ้นอยู่กับความคิดของผู้ให้บริการที่จะแสดงออกถึงอารมณ์ ความรู้สึก ความเชื่อ ความปรารถนาและค่านิยม

3. เป็นสิ่งที่บุคคลได้กระทำขึ้นเชื่อมโยงถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการ

ศุภนิตย์ โชครัตนชัย (2536) ได้ให้คำจำกัดความของการบริการไว้ว่า “การบริการเป็นกระบวนการของการปฏิบัติตน เพื่อผู้อื่นในอันที่จะทำให้ผู้อื่นได้รับความสุข ความสะดวกหรือความสบาย” นอกจากนี้ การบริการยังเป็นการกระทำที่เกิดจากจิตใจที่เปี่ยมไปด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เอื้ออาทร มีน้ำใจไมตรีให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรม และความเสมอภาค ซึ่งการให้บริการจะมีทั้งผู้ส่งและผู้รับ กล่าวคือ ถ้าเป็นการบริการที่ดี เมื่อผู้ให้บริการไปแล้ว ผู้รับบริการจะเกิดความประทับใจ หรือเกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริการดังกล่าวได้

พิทักษ์ ตรุษทิม (2538) ได้ให้ความหมายของการบริการสาธารณะไว้ว่า เป็นการบริการในฐานะที่เป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่มีอำนาจกระทำ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เพื่อให้เกิดความพอใจ จากความหมายนี้ จึงเป็นการพิจารณาการให้บริการว่า ประกอบด้วย ผู้ให้บริการ (Providers) และผู้รับบริการ (Recipients) โดยฝ่ายแรก คือ ปฏิบัติเป็นหน้าที่ที่ต้องให้บริการ เพื่อให้ฝ่ายหลังเกิดความพึงพอใจ

จริน อุดมเลิศ (2540) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า เป็นสิ่งที่จับ สัมผัส แตะต้องได้ยาก และเสื่อมสูญสภาพไปได้ง่าย บริการจะทำขึ้นทันที และส่งมอบให้ผู้รับบริการทันที หรือเกือบจะทันที ดังนั้นการบริการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ ไม่ใช่สิ่งจับต้องได้ชัดเจน แต่ออกมาในรูปของเวลา สถานที่ รูปแบบ และที่สำคัญเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยทางจิตวิทยาให้เกิดความพึงพอใจ คำว่า *บริการ* ตรงกับภาษาอังกฤษว่า *Service* ซึ่งถ้าหากหาความหมายดีๆ ให้กับอักษรภาษาอังกฤษทั้ง 7 ตัวนี้ อาจได้ความหมายของการบริการที่สามารถยึดเป็นหลักการปฏิบัติได้ตามความหมายของทั้ง 7 นี้คือ

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

S = *Smiling and sympathy* ยิ้มแย้ม และเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของผู้มารับบริการ

E = *Early response* ตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้มารับบริการอย่างรวดเร็ว ทันใจโดยไม่ต้องให้เอ่ยปากเรียกร้อง

R = *Respectful* แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้มารับบริการ

V = *Voluntariness* การให้บริการที่ทำอย่างสมัครใจ เต็มใจทำไม่ใช่ทำงานอย่างเสียไม่ได้

I = *Image enhancing* การรักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการ และภาพลักษณ์ขององค์กร

C = *Courtesy* ความอ่อนน้อม อ่อนโยน สุภาพ มีมารยาทดี

E = *Enthusiasm* ความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้นขณะบริการและให้บริการมากกว่าที่ผู้รับบริการคาดหวังเอาไว้

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

บทที่ 3
วิธีการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ความพึงพอใจ และความต้องการเกี่ยวกับการให้บริการด้านยานพาหนะ ด้วยการสำรวจ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ขั้นตอนการการดำเนินการ

ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้รับบริการได้แก่ อาจารย์ พนักงาน และนักศึกษา วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัย มหิดล จำนวน 500 คน จากแบบสอบถามที่ถามจากผู้รับบริการดังกล่าว มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 48.60% เมื่อหาค่าความเชื่อมั่นตามแนวคิดและทฤษฎีของ Taro Yamane พบว่ามีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และมีระดับความคาดเคลื่อนที่ ± 5% (ผศ.ธานินทร์ ศิลป์จารุ: 2549 หน้า 49)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นเครื่องมือทางสังคมศาสตร์ ใช้ผลจากงานวิจัยเชิงสำรวจแบบวัดเจตคติตามหลักวิชาการ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ด้วยข้อคำถามปลายปิด แบบตรวจสอบรายการ (Check-list) แบบสอบถามได้เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ รองคณบดีฝ่ายแผนวิจัยและพัฒนา เพื่อขอคำแนะนำและตรวจสอบว่าแบบสอบถามได้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ และขอบเขตการวิจัย โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไป การใช้ยานพาหนะ

ส่วนที่ 2 สอบถามความพึงพอใจในการรับบริการ

ส่วนที่ 3 ความต้องการยานพาหนะและพนักงานขับรถ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารเพื่อจัดทำแบบสอบถาม วิเคราะห์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการจนได้ผู้ที่เป็นกลุ่มประชากร ได้แก่ อาจารย์ พนักงาน และนักศึกษา ของวิทยาลัยนานาชาติ แจกแบบสอบถามกับกลุ่มประชากรทาง E-mail โดยใช้ระยะเวลาในการแจกแบบสอบถาม 1 เดือน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม SPSS หาค่าร้อยละ และวิเคราะห์ผล นำเสนอข้อมูลในรูปแบบกราฟ และการบรรยาย

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

2. ผู้วิจัยวิเคราะห์ปัญหา และแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขการบริการด้านยานพาหนะ โดยใช้ทฤษฎีก้างปลา โดยนำข้อมูลความพึงพอใจที่ได้จากการสำรวจที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดมาวิเคราะห์หาสาเหตุ

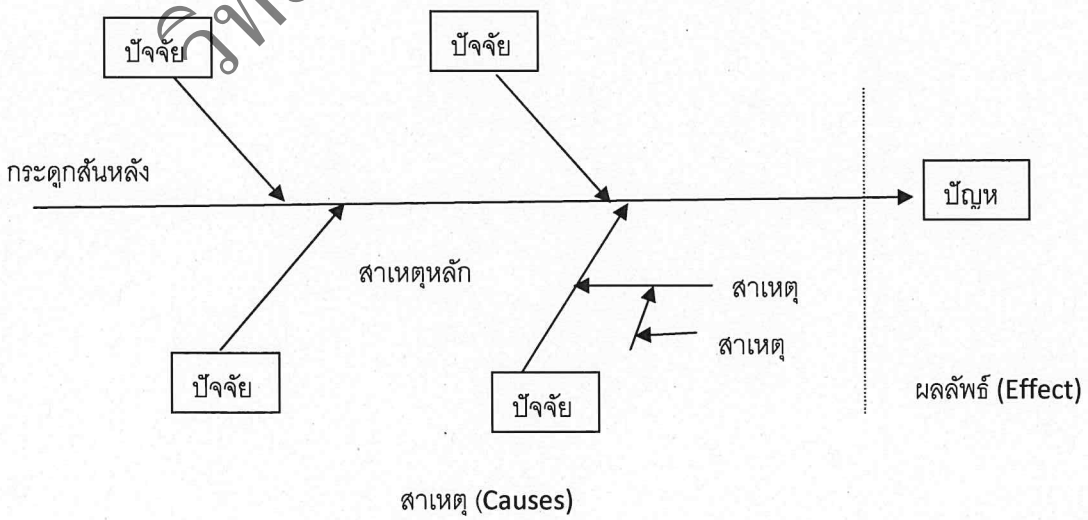
วิธีการสร้างแผนผังสาเหตุและผลหรือผังก้างปลา โดยใช้ขั้นตอน 6 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. กำหนดประโยคปัญหาที่หัวปลา
2. กำหนดกลุ่มปัจจัยที่จะทำให้เกิดปัญหานั้นๆ
3. วิเคราะห์เพื่อหาสาเหตุในแต่ละปัจจัย
4. หาสาเหตุหลักของปัญหา
5. จัดลำดับความสำคัญของสาเหตุ
6. ใช้แนวทางการปรับปรุงที่จำเป็น

การกำหนดปัจจัยบนก้างปลา

เราสามารถที่จะกำหนดกลุ่มปัจจัยอะไรก็ได้ แต่ต้องมั่นใจว่ากลุ่มที่เรากำหนดไว้เป็นปัจจัยนั้นสามารถที่จะช่วยให้เราแยกแยะและกำหนดสาเหตุต่างๆ ได้อย่างเป็นระบบ และเป็นเหตุเป็นผล โดยส่วนมากมักจะใช้หลักการ 4M เป็นกลุ่มปัจจัย (Factors) เพื่อจะนำไปสู่การแยกแยะสาเหตุต่างๆ ซึ่ง 4M นี้มาจาก

M - Man คนงาน หรือพนักงาน หรือบุคลากร
M - Machine เครื่องจักรหรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวก
M - Material วัตถุดิบหรืออะไหล่ อุปกรณ์อื่นๆ ที่ใช้ในกระบวนการ
M - Method กระบวนการทำงาน



รูปภาพที่ 1 แผนภาพแสดงเหตุ และปัจจัย

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

ผังก้างปลา ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ส่วนปัญหาหรือผลลัพธ์ (Problem or Effect) ซึ่งจะแสดงอยู่ที่หัวปลา
2. ส่วนสาเหตุ (Causes) จะสามารถแยกย่อยออกได้อีกเป็น
   - ปัจจัย (Factors) ที่ส่งผลกระทบต่อปัญหา (หัวปลา)
   - สาเหตุหลัก
   - สาเหตุย่อย

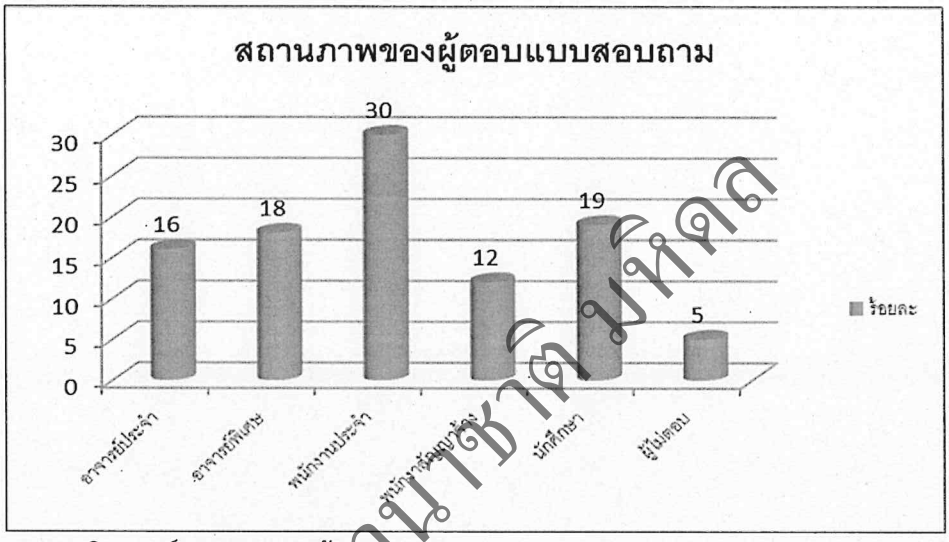
ซึ่งสาเหตุของปัญหา จะเขียนไว้ในก้างปลาแต่ละก้าง ก้างย่อยเป็นสาเหตุของก้างรอง และก้างรองเป็นสาเหตุของก้างหลัก เป็นต้น หลักการเบื้องต้นของแผนภูมิก้างปลา (Fishbone diagram) คือ การใส่ชื่อของปัญหาที่ต้องการวิเคราะห์ ลงทางด้านขวาสุดหรือซ้ายสุดของแผนภูมิ โดยมีเส้นหลักตามแนวยาวของกระดูกสันหลัง จากนั้นใส่ชื่อของปัญหาย่อย ซึ่งเป็นสาเหตุของปัญหาหลัก 3 – 6 หัวข้อ โดยลากเป็นเส้นก้างปลา (Sub-bone) ทำมุมเฉียงจากเส้นหลัก เส้นก้างปลาแต่ละเส้นให้ใส่ชื่อของสิ่งที่ทำให้เกิดปัญหานั้นขึ้นมา ระดับของปัญหาสามารถแบ่งย่อยลงไปได้อีก ถ้าปัญหานั้นยังมีสาเหตุที่เป็นองค์ประกอบย่อยลงไปอีก โดยทั่วไปมักจะมีการแบ่งระดับของสาเหตุย่อยลงไปมากที่สุด 4 – 5 ระดับ เมื่อมีข้อมูลในแผนภูมิที่สมบูรณ์แล้ว จะทำให้มองเห็นภาพขององค์ประกอบทั้งหมดที่จะเป็นสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้น

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์

1. การวิเคราะห์ความพึงพอใจและความต้องการเกี่ยวกับการให้บริการด้านยานพาหนะด้วยการสำรวจ

การวิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม



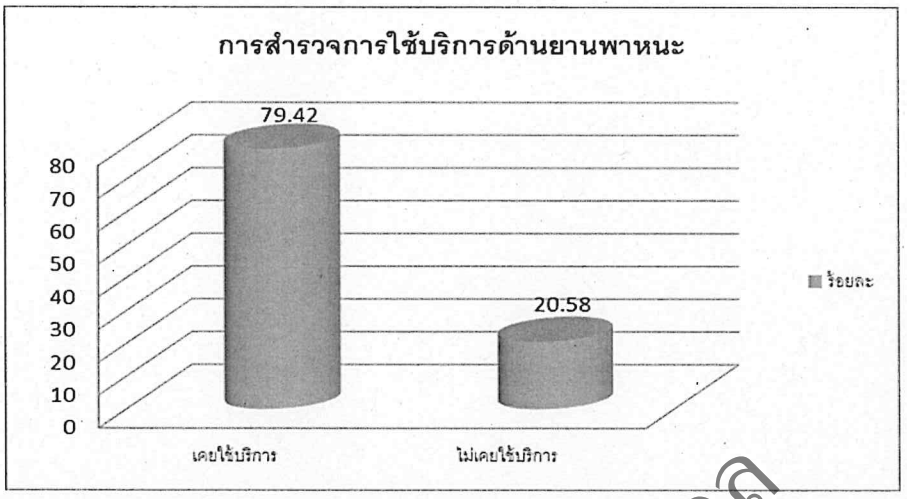
รูปภาพที่ 2 แสดงการวิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการแจกแบบสอบถามทาง E-mail จำนวน 500 คน ได้รับแบบสอบถามคืน จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 48.60 โดยส่วนใหญ่เป็นพนักงานประจำ คิดเป็นร้อยละ 30 นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 19 อาจารย์พิเศษ คิดเป็นร้อยละ 18 อาจารย์ประจำ คิดเป็นร้อยละ 16 และพนักงานสัญญาจ้าง คิดเป็นร้อยละ 12

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

การวิเคราะห์การใช้บริการด้านยานพาหนะ

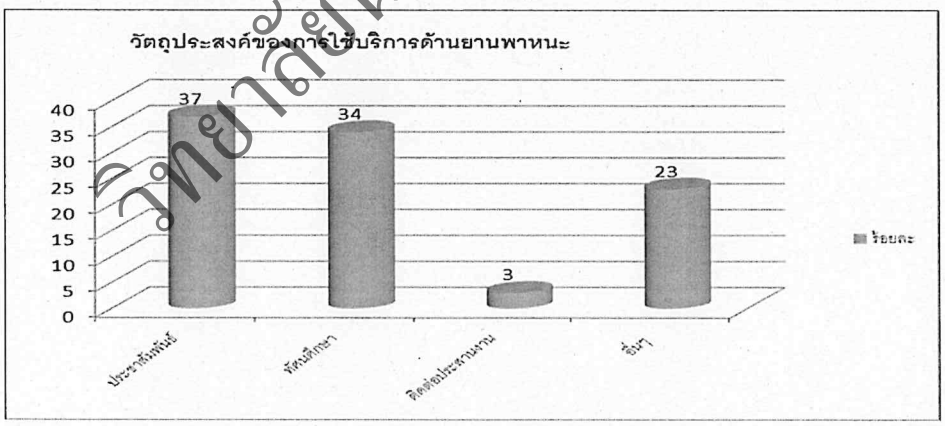
1. การสำรวจการใช้บริการด้านยานพาหนะ



รูปภาพที่ 3 แสดงการสำรวจการใช้บริการด้านยานพาหนะ

การสำรวจการใช้บริการด้านยานพาหนะ พบว่า พนักงาน อาจารย์ และนักศึกษา โดยส่วนใหญ่เคยใช้บริการด้านยานพาหนะของวิทยาลัยฯ คิดเป็นร้อยละ 79.42 และมีผู้ที่ไม่เคยใช้บริการด้านยานพานะ คิดเป็นร้อยละ 20.58

2. การสำรวจวัตถุประสงค์ในการใช้บริการด้านยานพาหนะ



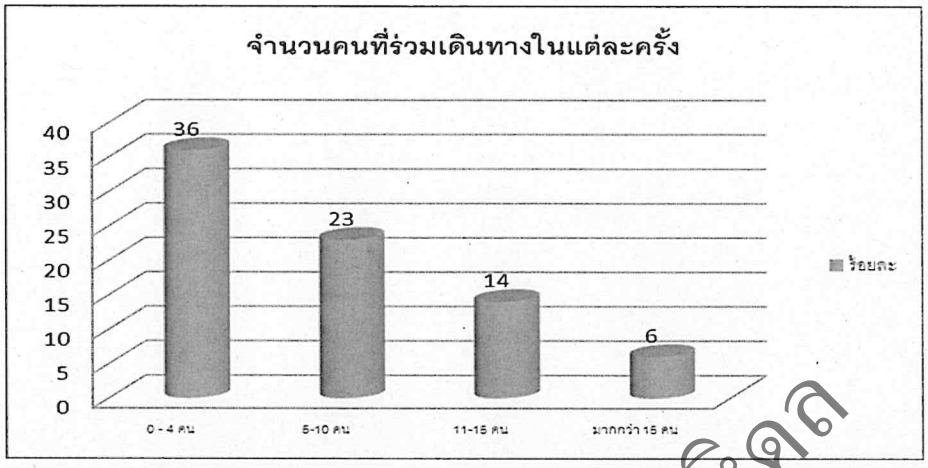
รูปภาพที่ 4 แสดงการสำรวจวัตถุประสงค์ในการใช้บริการด้านยานพาหนะ

การสำรวจวัตถุประสงค์ในการใช้บริการด้านยานพาหนะ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 243 คน มีผู้ไม่ตอบว่า ต้องการใช้บริการด้านยานพาหนะด้วยวัตถุประสงค์ใด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการด้านยานพาหนะ เพื่อการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมาคือใช้บริการด้านยานพาหนะเพื่อทัศนศึกษา คิดเป็นร้อยละ 34 ใช้บริการด้านยานพาหนะ เพื่อ

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

วัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น ซื้อของที่ใช้ในสำนักงาน ซื้อของสำหรับจัดเลี้ยง คิดเป็นร้อยละ 23 ใช้บริการด้านยานพาหนะเพื่อติดต่อประสานงาน คิดเป็นร้อยละ 3

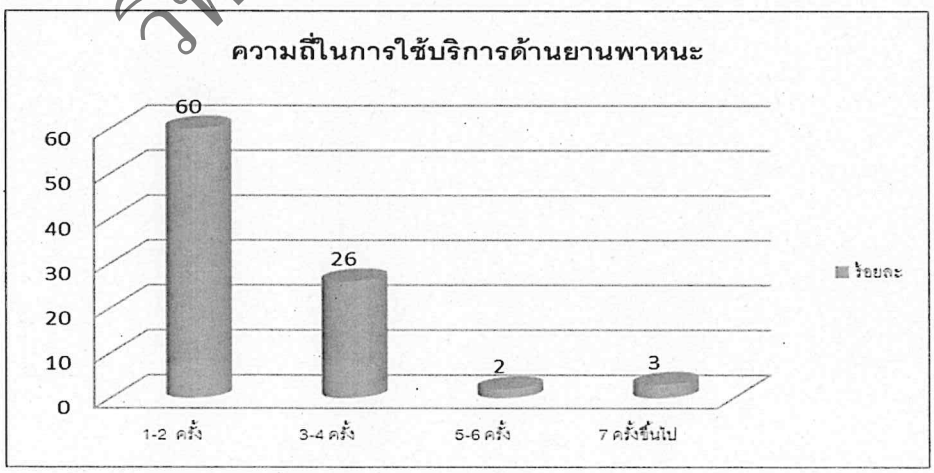
3. การสำรวจจำนวนคนที่ใช้บริการด้านยานพาหนะในแต่ละครั้ง



รูปภาพที่ 5 การสำรวจจำนวนคนที่ใช้บริการด้านยานพาหนะในแต่ละครั้ง

การสำรวจจำนวนคนที่ใช้บริการด้านยานพาหนะในแต่ละครั้ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 243 คน มีผู้ไม่ตอบจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 21 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางในแต่ละครั้ง 0 – 4 คน คิดเป็นร้อยละ 36 จำนวนคนที่ร่วมเดินทางในแต่ละครั้ง 5 – 10 คน คิดเป็นร้อยละ 23 จำนวนคนที่ร่วมเดินทางในแต่ละครั้ง 11 – 15 คน คิดเป็นร้อยละ 14 จำนวนคนที่ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งมากกว่า 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6

4. การสำรวจความถี่ในการใช้บริการด้านยานพาหนะ

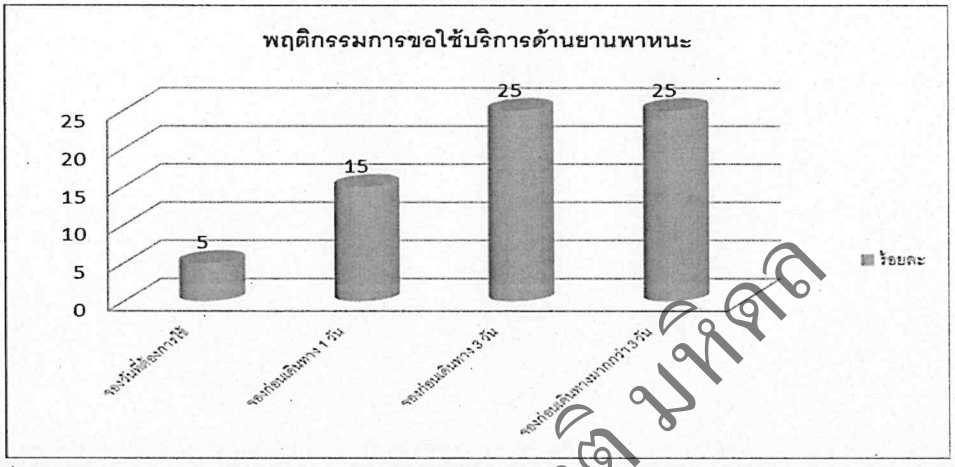


รูปภาพที่ 6 แสดงการสำรวจความถี่ในการใช้บริการด้านยานพาหนะ

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

การสำรวจความถี่ในการใช้บริการด้านยานพาหนะ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 243 คน มีผู้ไม่ตอบจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการด้านยานพาหนะ 1 – 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 60 ความถี่ในการใช้บริการด้านยานพาหนะ 3 – 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 26 ความถี่ในการใช้บริการด้านยานพาหนะ 5 – 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 2 ความถี่ในการใช้บริการด้านยานพาหนะ 7 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 3

5. การสำรวจพฤติกรรมการขอใช้บริการด้านยานพาหนะ

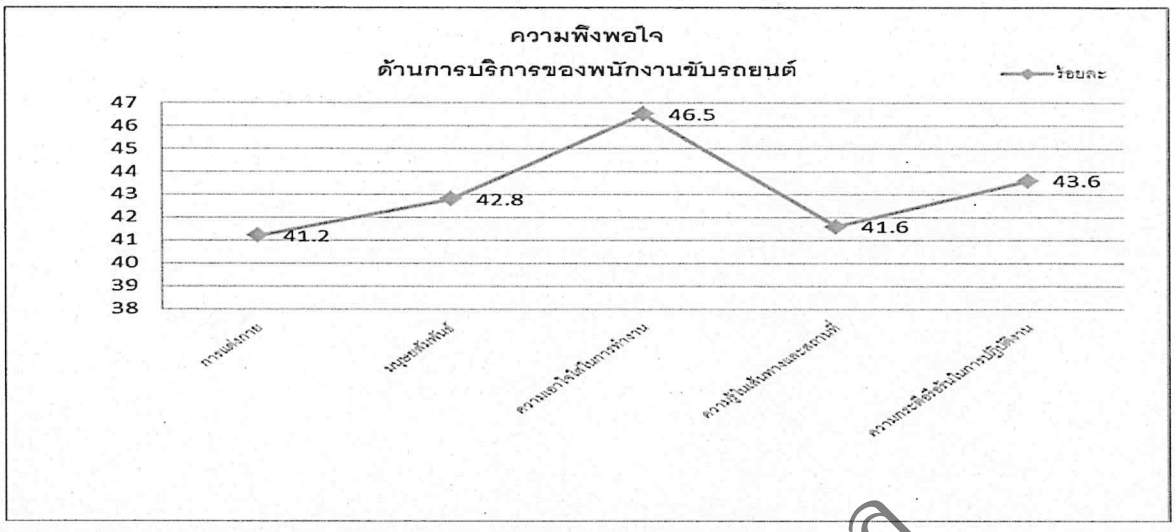


รูปภาพที่ 7 แสดงการสำรวจพฤติกรรมการขอใช้บริการด้านยานพาหนะ

การสำรวจพฤติกรรมการขอใช้บริการด้านยานพาหนะ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 243 คน มีผู้ไม่ตอบจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 30 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการขอใช้บริการด้านยานพาหนะ ดังนี้ มีผู้ขอใช้บริการด้านยานพาหนะล่วงหน้า 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 25 มีผู้ขอใช้บริการด้านยานพาหนะล่วงหน้ามากกว่า 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 25 มีผู้ขอใช้บริการด้านยานพาหนะล่วงหน้า 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 15 และมีผู้ขอใช้บริการด้านยานพาหนะในวันที่ต้องการใช้ คิดเป็นร้อยละ 5

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

การวิเคราะห์ด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านยานพาหนะ



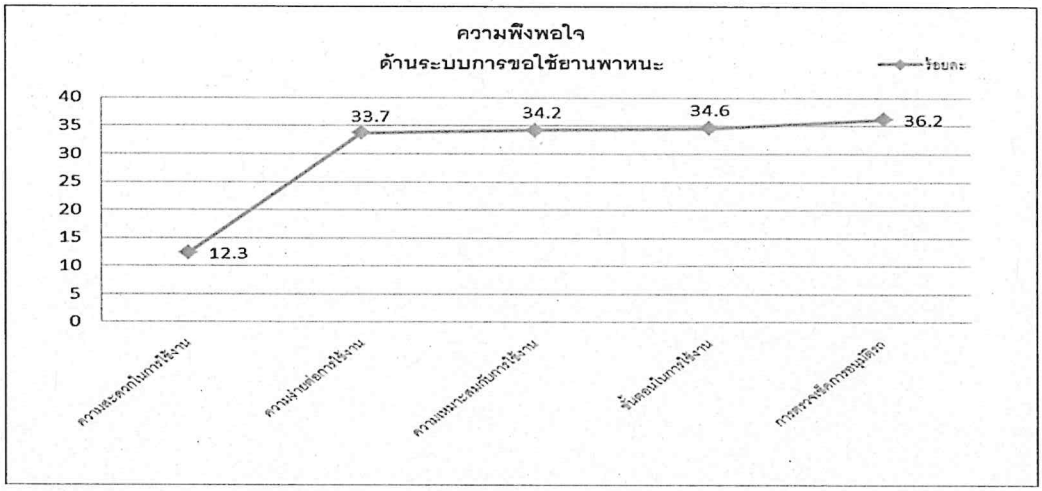
รูปภาพที่ 8 แสดงการวิเคราะห์ด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านยานพาหนะ

การสำรวจความพึงพอใจด้านการบริการของพนักงานขับรถยนต์ พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจมากในด้านความเอาใจใส่ในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมา คือ มีความพึงพอใจในด้านความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 43.6 และมีความพึงพอใจในด้านมนุษยสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 42.8

รูปภาพที่ 9 แสดงความพึงพอใจด้านยานพาหนะที่ให้บริการ

การสำรวจความพึงพอใจด้านยานพาหนะที่ให้บริการ พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัยของยานพาหนะ คิดเป็นร้อยละ 41.6 รองลงมา คือ พึงพอใจด้านความเหมาะสมของยานพาหนะกับการใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 40.3 และความพึงพอใจด้านความสะอาดเรียบร้อย คิดเป็นร้อยละ 37.4

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล



รูปภาพที่ 10 แสดงความพึงพอใจด้านระบบการขอใช้ยานพาหนะ

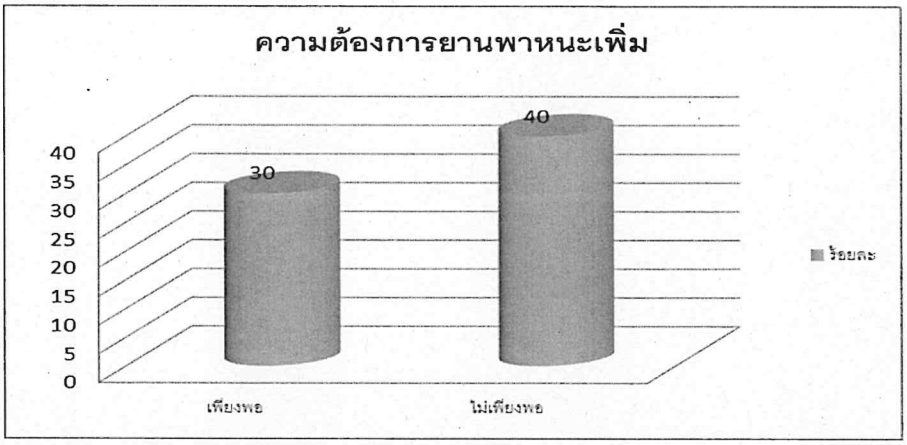
การสำรวจความพึงพอใจด้านระบบการขอใช้ยานพาหนะ พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจด้านการตรวจเช็คการอนุมัติรถ คิดเป็นร้อยละ 36.2 รองลงมามีความพึงพอใจด้านขั้นตอนในการใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 34.6 และมีความพึงพอใจด้านความเหมาะสมกับการใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 34.2

รูปภาพที่ 11 แสดงความพึงพอใจด้านการให้บริการของผู้ดูแลระบบ

การสำรวจความพึงพอใจด้านการให้บริการของผู้ดูแลระบบ พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจด้านระยะเวลาอนุมัติการขอใช้รถ คิดเป็นร้อยละ 36.2 รองลงมามีความพึงพอใจด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ และการติดต่อประสานงาน คิดเป็นร้อยละ 35.8

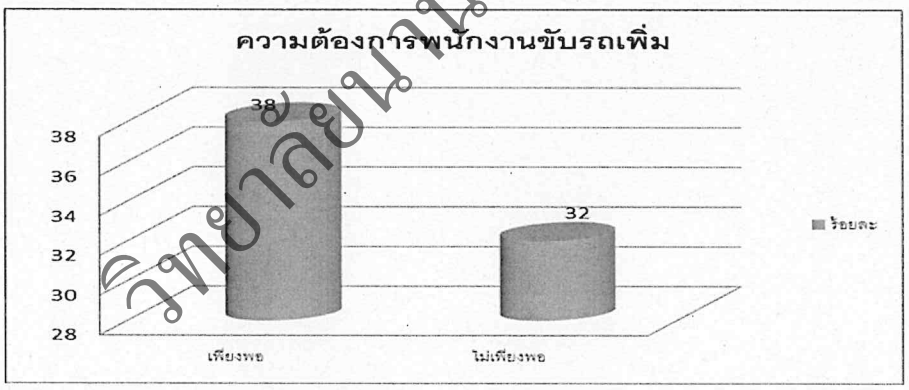
วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

การวิเคราะห์ด้านความต้องการของผู้รับบริการ



รูปภาพที่ 12 แสดงความต้องการยานพาหนะเพิ่ม

จากการสำรวจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 243 คน มีผู้ไม่ตอบจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 25 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ยานพาหนะที่มีอยู่ยังไม่เพียงพอต่อการความต้องการของผู้รับบริการ คิดเป็นร้อยละ 40 ซึ่งสูงกว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เห็นว่า มียานพาหนะเพียงพอแล้วที่คิดเป็นร้อยละ 30



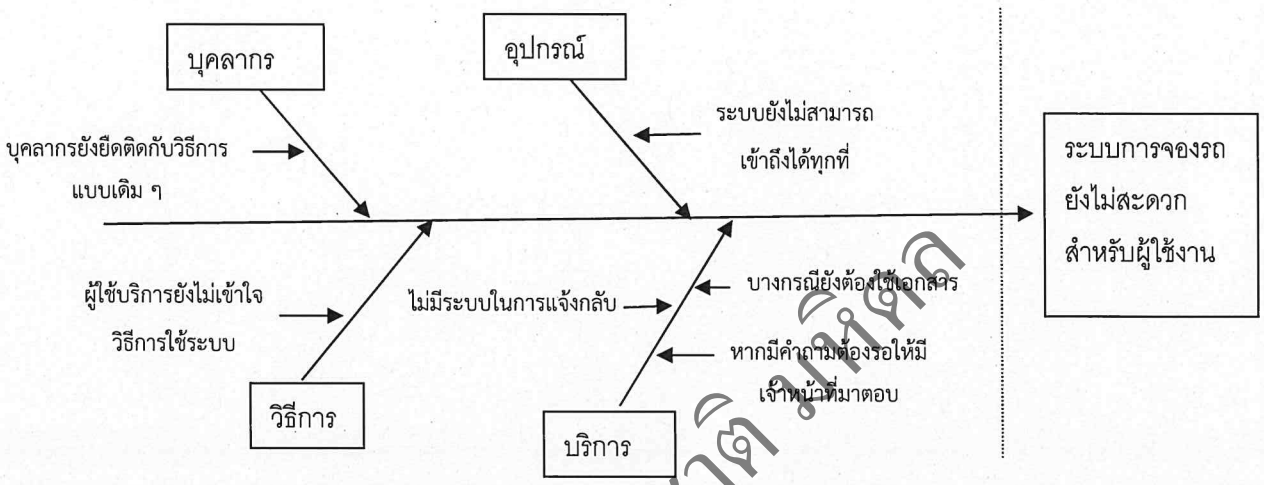
รูปภาพที่ 13 แสดงความต้องการพนักงานขับรถเพิ่ม

จากการสำรวจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 243 คน มีผู้ไม่ตอบจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 30 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า พนักงานขับรถที่มีอยู่เพียงพอต่อการให้บริการแก่ผู้รับบริการ คิดเป็นร้อยละ 38 ซึ่งสูงกว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เห็นว่า พนักงานขับรถที่มีอยู่ไม่เพียงพอต่อความต้องการที่คิดเป็นร้อยละ 32

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

2. ผู้วิจัยวิเคราะห์ปัญหา และแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขการบริการด้านยานพาหนะ โดยใช้ทฤษฎีก้างปลา โดยนำข้อมูลจากการสำรวจมาเป็นส่วนหนึ่งประกอบการวิเคราะห์

ข้อมูลจากการสำรวจความพึงพอใจทั้ง 4 ด้าน พบว่า ด้านระบบมีความพึงพอใจเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้งานน้อยที่สุด มีผู้พึงพอใจเพียงร้อยละ 12.3 ดังนั้น ผู้วิเคราะห์จึงนำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาสาเหตุ ดังนี้



รูปภาพที่ 14 แผนภาพแสดงเหตุและผลของปัญหา

จากรูปภาพที่ 14 พบว่า ระบบการจองยานพาหนะที่ยังไม่สะดวกสำหรับผู้ใช้งาน มีสาเหตุมาจาก

1. บุคลากรยึดติดกับวิธีการขอใช้ยานพาหนะแบบเดิม คือ การใช้เป็นเอกสาร
2. ผู้ใช้บริการยังไม่เข้าใจวิธีการใช้ระบบการจองรถ
3. เนื่องจากระบบการจองรถเพิ่งถูกพัฒนาขึ้น ระบบจึงยังไม่สามารถเข้าถึงได้ทุกที
4. เนื่องจากมีระบบแล้ว บางกรณียังต้องมีการส่งเอกสารเพิ่มเติม
5. เมื่อทำการจองยานพาหนะในระบบ ไม่มีระบบแจ้งกลับว่าจะได้ยานพาหนะหรือไม่หรือต้องไปร่วมกับผู้อื่น ต้องรอให้ผู้ดูแลระบบโทรแจ้ง
6. หากมีคำถามเกี่ยวกับการจองยานพาหนะต้องรอให้มีเจ้าหน้าที่มาตอบด้วยตนเอง

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

แนวทางในการแก้ปัญหาระบบการจองยานพาหนะที่ยังไม่สะดวกสำหรับผู้ใช้งานจากสาเหตุข้างต้น มีดังนี้

ลำดับ	สาเหตุ	แนวทางแก้ปัญหา
1	บุคลากรยังยึดติดกับวิธีการขอใช้ยานพาหนะแบบเดิมคือการใช้เป็นเอกสาร	บังคับใช้เป็นแนวปฏิบัติขององค์กร
2	ผู้ใช้บริการยังไม่เข้าใจวิธีการใช้ระบบการจองรถ	จัดทำคู่มือวิธีการใช้ระบบ
3	เนื่องจากระบบการจองรถเพิ่งถูกพัฒนาขึ้น ระบบจึงยังไม่สามารถเข้าถึงได้ทุกที	ปรับปรุงระบบให้สามารถเข้าใช้ที่ไหนก็ได้ผ่านเครือข่ายอินเตอร์เน็ต
4	เนื่องจากมีระบบแล้ว บางกรณียังต้องมีการส่งเอกสารเพิ่มเติม	ใช้ในกรณีที่จำเป็นและต้องนำไปเป็นเอกสารสำหรับการเบิกค่าใช้จ่าย
5	เมื่อทำการจองยานพาหนะในระบบ ไม่มีระบบแจ้งกลับว่าจะได้ยานพาหนะหรือไม่ หรือต้องไปร่วมกับผู้อื่น ต้องรอให้ผู้ดูแลระบบโทรแจ้ง	เพิ่มเติมการแจ้งกลับโดยอัตโนมัติ และมีการแจ้งจากระบบเข้า e-mail หรือ SMS
6	หากมีคำถามเกี่ยวกับการจองยานพาหนะ ต้องรอให้มีเจ้าหน้าที่มาตอบด้วยตนเอง	คำถามที่พบบ่อยควรจัดทำเป็น Q&A ไว้หน้าระบบการจอง

ตารางที่ 1 สาเหตุ และแนวทางแก้ปัญหา

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

บทที่ 5
สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์การใช้บริการด้านยานพาหนะ

จากการสำรวจ พบว่า ผู้ใช้บริการด้านยานพาหนะ ได้แก่ พนักงาน อาจารย์ และนักศึกษา โดยร้อยละ 79.42 เคยใช้บริการด้านยานพาหนะ ส่วนใหญ่เป็นพนักงานวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล (พนักงานประจำ และสัญญาจ้าง) คิดเป็นร้อยละ 42 ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจวัตถุประสงค์ในการใช้บริการด้านยานพาหนะพบว่า ผู้ใช้บริการด้านยานพาหนะต้องการใช้บริการ เพื่อการประชาสัมพันธ์ และติดต่อประสานงาน รวมร้อยละ 40 ซึ่งการประชาสัมพันธ์ และการติดต่อประสานงานเป็นการดำเนินงาน โดยพนักงานของวิทยาลัยฯ ซึ่งส่วนใหญ่ในแต่ละครั้งมีคนที่ร่วมเดินทางไม่เกิน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 36 ดังนั้น ในการให้บริการด้านยานพาหนะ จำนวนคนที่ร่วมเดินทางไม่เกิน 4 คน จึงควรจัดให้บริการยานพาหนะ ด้วยรถเล็ก (รถเก๋ง) ให้ผู้รับบริการ เพื่อให้เกิดความสะดวกคล่องตัวในการเดินทาง และการหาที่จอดรถ หรือหากมีการเดินทางไปในทางเดียวกันก็ควรจัดรถให้ไปเวลาเดียวกัน ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการขอใช้บริการด้านยานพาหนะ โดยขอใช้บริการด้านยานพาหนะล่วงหน้า 3 วัน และมากกว่า 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 50 จากพฤติกรรมดังกล่าวทำให้ผู้ให้บริการมีเวลาในการเลือกยานพาหนะที่เหมาะสมกับจำนวนผู้ร่วมเดินทาง และเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการใช้บริการด้านยานพาหนะ

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

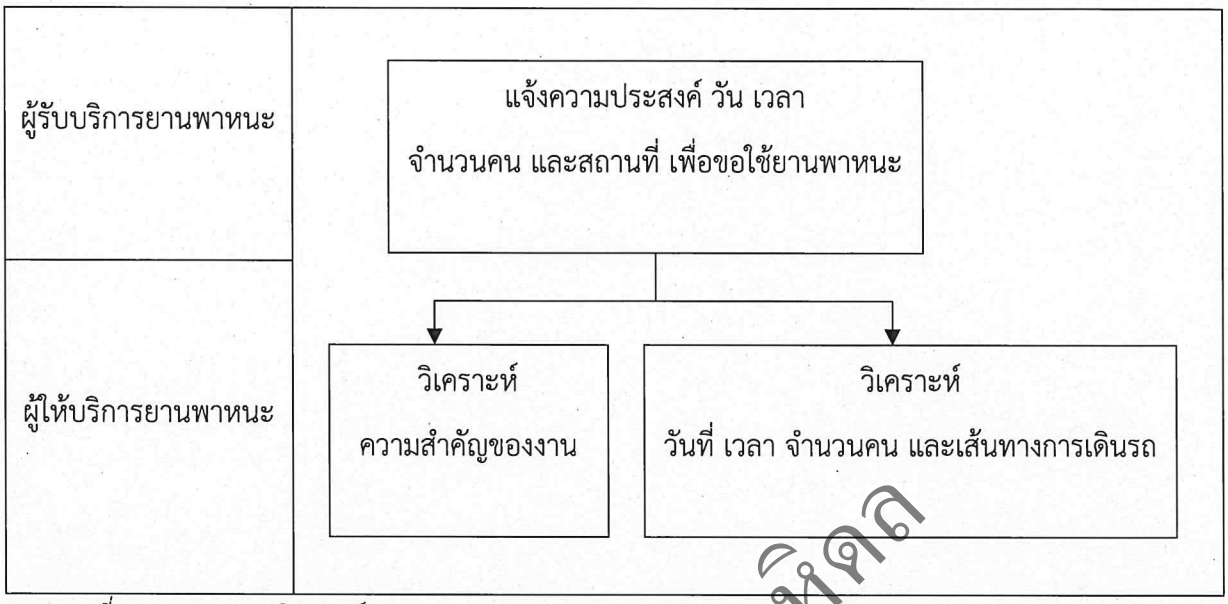
ข้อดีและข้อเสียในการจัดรถให้บริการในกรณีต่างๆ ดังนี้

กรณี	ข้อดี	ข้อเสีย
1. จัดยานพาหนะตามความต้องการของผู้ใช้บริการ	- เกิดความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ เพราะสะดวกต่อผู้รับบริการ โดยผู้รับบริการสามารถกำหนดเวลาได้เอง	- การให้บริการอาจมีการซ้ำซ้อน เช่น ไปที่ที่เป็นเส้นทางเดียวกันหลายรอบ - คนขับและยานพาหนะอาจไม่เพียงพอ - เปลืองน้ำมัน ค่าใช้จ่ายสูง
2. จัดยานพาหนะตามความสำคัญของงาน	- งานที่สำคัญสามารถดำเนินงานได้สำเร็จก่อนงานอื่นๆ	- ผู้จัดยานพาหนะอาจไม่ทราบว่างานไหนสำคัญกว่างานไหน ทุกคนมักจะเห็นว่างานของตนสำคัญกว่างานอื่นๆ - บางงานอาจมีความสำคัญน้อยกว่าแต่ต้องการความรวดเร็วกว่า ซึ่งอาจทำให้งานนั้นเสียโอกาสด้านอื่นๆ
3. จัดยานพาหนะตามเส้นทางการใช้บริการ	- พนักงานขับรถไม่ต้องขับรถออกไปหลายรอบ - ประหยัดค่าน้ำมัน	- อาจเกิดความไม่พึงพอใจกรณีต้องเดินทางไปร่วมกับงานอื่น เพราะต้องรอให้งานอื่นๆ ดำเนินการให้เสร็จด้วย เสียเวลาการทำงาน

ตารางที่ 2 ข้อดี และข้อเสียในการจัดรถให้บริการ

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

จากตารางข้อดีและข้อเสียผู้วิเคราะห์เห็นว่า การให้บริการยานพาหนะที่มีประสิทธิภาพนั้น จะต้องใช้การจัดยานพาหนะแบบผสม โดยมีกระบวนการวิเคราะห์ ดังนี้



รูปภาพที่ 15 กระบวนการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ความพึงพอใจการให้บริการด้านยานพาหนะ

<u>ด้านการบริการของพนักงานขับรถยนต์</u> พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจด้านการบริการด้วยความเอาใจใส่ในการทำงานของพนักงานขับรถยนต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.5 และพนักงานขับรถมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 43.6 ส่วนที่ต้องปรับปรุงเนื่องจากได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านนี้ ได้แก่ เรื่องการแต่งกาย (ร้อยละ 41.2) และเรื่องความรู้ในเส้นทางและสถานที่ (ร้อยละ 41.6) ผู้ดูแลจัดยานพาหนะควรมั่นสุ่มตรวจการแต่งกาย และหากมีการแต่งกายไม่เรียบร้อยควรกำหนดโทษ เนื่องจาก บางครั้งพนักงานขับรถอาจจะต้องไปรับแขกสำคัญของวิทยาลัยฯ ซึ่งพนักงานขับรถเป็นคนที่แขกจะพบเป็นคนแรกๆ นอกจากนี้ ผู้ดูแลจัดยานพาหนะอาจจะสุ่มถามเกี่ยวกับเส้นทางต่างๆ เพื่อทดสอบความรู้ด้านเส้นทาง และสถานที่ เพื่อให้แน่ใจว่าพนักงานขับรถจะไม่ใช้เสียเวลาในการเดินทางไปยังจุดหมายที่ไม่คุ้นเคย

<u>ด้านยานพาหนะที่ให้บริการ</u> พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัยของยานพาหนะมากที่สุด ร้อยละ 41.6 และมีความพึงพอใจด้านความเหมาะสมของยานพาหนะกับการใช้งานร้อยละ 40.3 ส่วนที่ต้องปรับปรุง เนื่องจากได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านนี้ ได้แก่ ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน (ร้อยละ 31.7) และสภาพของยานพาหนะ (ร้อยละ 34.6) ในด้านนี้ผู้วิเคราะห์ เห็นว่า ผู้ดูแลจัดยานพาหนะควรสอบถามอาจโดยการสัมภาษณ์ผู้รับบริการเพิ่มเติมว่าสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น และมีความต้องการมากที่สุดสำหรับผู้รับบริการคืออะไร และสภาพ

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

ของยานพาหนะตอนนี้เป็นอย่างไร สภาพของยานพาหนะที่ผู้รับบริการต้องการเป็นอย่างไร เพิ่มเติมเพื่อนำสิ่งนี้มาปรับปรุง

<u>ด้านระบบการขอใช้ยานพาหนะ</u> พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจเรื่องการตรวจเช็คการอนุมัติรถมากที่สุดร้อยละ 36.2 รองลงมา คือ มีความพึงพอใจเรื่องขั้นตอนในการใช้งาน ร้อยละ 34.6 มีความพึงพอใจเรื่องความเหมาะสมในการใช้งาน ร้อยละ 34.2 และมีความพึงพอใจเรื่องความง่ายต่อการใช้งาน ร้อยละ 33.7 ส่วนที่ต้องปรับปรุง เนื่องจากได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ ความสะดวกในการใช้งาน (ร้อยละ 12.3) ผู้วิเคราะห์ เห็นว่า ในการศึกษาความพึงพอใจ ทั้ง 3 ด้าน เรื่องความสะดวกในการใช้งานระบบได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด จึงเห็นว่า เรื่องนี้เป็นเรื่องสำคัญ และจำเป็นที่ต้องปรับปรุงด้วยวิธีการวิเคราะห์อย่างละเอียด โดยการใช้โมเดลก้างปลาหาสาเหตุ และแนวทางแก้ไขปัญหาที่พบ เกิดจาก 6 สาเหตุ ผู้วิเคราะห์ได้เสนอแนวทางในการแก้ปัญหาไว้ ดังนี้

1. ให้บุคลากรใช้ระบบการจองรถโดยถือเป็นแนวปฏิบัติขององค์กร
2. จัดทำคู่มือวิธีการใช้ระบบอย่างละเอียด อาจแสดงเป็นภาพ หรือคลิปวิดีโอสั้นๆ
3. ปรับปรุงให้ระบบสามารถเข้าใช้ที่ไหนก็ได้ ผ่านเครือข่ายอินเตอร์เน็ตหรือเป็นแอปบนมือถือ
4. การใช้เอกสารควรใช้ในกรณีที่จำเป็นจริงๆ เช่น ต้องนำไปใช้เป็นหลักฐานสำหรับการเบิกค่าใช้จ่าย ผู้ใช้ควรมีการใช้ระบบควบคู่ไปด้วย และในระบบควรมีให้แนบเอกสารเพิ่มเติมได้ เพิ่มเติมระบบการแจ้งผลการขอใช้บริการกลับอัตโนมัติ และสามารถแจ้งได้หลายช่องทาง เช่น E-mail หรือ SMS
5. คำถามที่พบบ่อยควรจัดทำเป็น Q&A ไว้หน้าระบบการจอง จะได้ไม่ต้องรอให้ผู้ดูแลระบบมาตอบ

การวิเคราะห์ความต้องการของผู้รับบริการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ผู้รับบริการมีความต้องการให้มียานพาหนะเพิ่มขึ้น โดยวิเคราะห์จากคำตอบที่ผู้รับบริการ ตอบว่า ยานพาหนะยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ ร้อยละ 40 ในทางกลับกันผู้รับบริการ เห็นว่า จำนวนพนักงานขับรถที่ให้บริการมีความเพียงพอต่อความต้องการแล้ว ร้อยละ 38 ผู้วิเคราะห์ เห็นว่า ควรมีการวิเคราะห์ในเชิงลึกเรื่องยานพาหนะไม่เพียงพอ โดยต้องวิเคราะห์ในหัวข้อ ดังนี้ เพิ่มเติมในลำดับต่อไป

1. การเพิ่มขึ้นของจำนวนบุคลากรขององค์กร
2. จำนวนการเพิ่มขึ้นของการขอใช้บริการยานพาหนะ
3. วิเคราะห์เส้นทางการเดินรถและค่าใช้จ่ายในของยานพาหนะ เช่น ค่าน้ำมัน ค่าบำรุงรักษา เป็นต้น

วิทยาลัยนานาชาติ มหิดล

เอกสารอ้างอิง

กรรณิการ์ อักษรศิริโอภาส. (2546). **การศึกษาความคาดหวังของประชาชนต่อระบบบริหาร คุณภาพ ISO9001:2000 ด้านบริการจัดหางานในประเทศ: กรณีศึกษาสำนักจัดหางาน กรุงเทพฯ**. กรุงเทพ: กรมจัดหางาน.

กิติมา ปรีดิลก. (2532). **การบริหารและการนิเทศการศึกษาเบื้องต้น.** กรุงเทพฯ : อักษราพิพัฒน์.

จริน อุดมเลิศ. (2540). **ความพึงพอใจของประชาชนผู้มารับบริการทะเบียนของสำนักทะเบียน อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา**. ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตร์มหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2545). **เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ**. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช หน่วยที่ 8:40-41. นนทบุรี. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ชูเกียรติ มูลทา. (2547). **ความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) อำเภอ วารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี**. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญา รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะ. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ทรงกรด ไกรกังวาร. (2550). **ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริหารงานขององค์การบริหาร ส่วนตำบล แสนสุข อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี**. ภาคนิพนธ์ศิลปะศาสตร์ มหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2549). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS.** กรุงเทพฯ : วี.อินเตอร์ พริ้นท์.

บุญใจ ศรีสถิตย์นรากูร. (2551). **ภาวะผู้นำและกลยุทธ์การจัดการองค์การพยาบาล (พิมพ์ครั้งที่ 2)**. กรุงเทพฯ. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิทักษ์ ตรุษทิม. (2538). **ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของกรุงเทพมหานคร : ศึกษาเฉพาะกรณีสำนักงานเขตยานนาวา**. วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตร์มหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โภคากุล. (2559). **ความสำคัญของการบริการ**. สืบค้นจาก http://www.impressionconsult.com/web/index.php/articles/161-servicequality.html.

ศุภนิตย์ โชครัตนชัย. (2536). **พัฒนาคนอย่างไรให้มีบริการที่ดี**. ข้าราชการพลเรือน.

สมิต สัชฌุกร. (2553). **ศิลปการให้บริการ.** กรุงเทพฯ : สายส่งวัญญูชน.

สุทธิชัย ปญัญูโรจน์. (2555). **ครบเครื่องเรื่องนักบริหาร.** กรุงเทพฯ : ส.เอเชียเพรส (1989).

วิทยาลัยนานาชาติมหิดล