



การบริการสาธารณะตามแนวทางพระพุทธศาสนา Public Service Accordance Buddhist

พระครูอุดมจารุวรรณ จารุวิโส (คำไล้)
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

บทคัดย่อ

การบริการสาธารณะตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ถือว่าเป็นการให้บริการประชาชนที่ดีขึ้น นับได้ว่าเป็นเรื่องหนึ่งที่ต้องกรมหาชนแห่งหนึ่งของไทย หรือหน่วยงานในภาครัฐ ของระบบราชการไทยทั้งหลาย ย่อมจะต้องมีบางส่วนบางหน่วยงานที่ยังไม่สามารถสนองความต้องการของประชาชนที่ไปขอรับบริการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจได้สมบูรณ์แบบ แต่หากได้มีการนำเอาหลักธรรมคำสอนขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้ามาประยุกต์ใช้ได้แก่ หลักสังคหวัตถุ 4 ในการให้บริการจะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการเป็นที่พึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ นอกจากนี้ ยังสามารถนำหลักธรรมคำสอนในส่วนอื่นๆ นำมาประกอบประยุกต์ใช้เพื่อส่งเสริม สนับสนุน เพิ่มเติมอีกได้ด้วย จะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการต่อประชาชนผู้รับบริการสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

Abstract

Public service principle in Buddhism are considered as serving the public good. Since that is the subject of a public organization, one of Thailand. And agencies in the public sector Thailand do Bureaucratic There will always be some, some agencies can't

meet the needs of the public to obtain access to the complete satisfaction. If you have adopted the principles of the teachings of the Buddha are applied. Sanghavatthu four main object of the service will be effective in providing a wide range of public services can also be used in other doctrinal. Attributed applications to further promote it. Allows efficient in providing service to the public complete.

บทนำ

การบริการ เป็นการปฏิบัติงานที่จะกระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่างๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใดๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้คนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือจัดได้ว่าเป็นการให้บริการทั้ง การจัดอำนวยความสะดวก การสนองความต้องการของผู้ใช้บริการก็เป็นการให้บริการ การให้บริการจึงสามารถดำเนินการได้หลากหลายวิธี จุดสำคัญ คือ เป็นการช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ¹

การจัดบริการสาธารณะหรือบริการส่วนรวมที่หลากหลาย นับได้ว่าเป็นบทบาทหน้าที่เบื้องต้นของรัฐหรือรัฐบาล ที่ในแวดวงวิชาการรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ได้มีการถกเถียงกันมาพอควรว่า

¹ สมิต สัจฉกร, การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ, (กรุงเทพมหานคร : วิญญูชน, 2542), หน้า 13.

แท้จริงนั้น บทบาทของการจัดบริการสาธารณะของภาครัฐควรกว้างขวางมากเพียงใด

โดยหลักการแล้ว การบริการสาธารณะย่อมยังประโยชน์แก่สังคมและบุคคลทั่วไป การดำเนินบทบาทสำคัญประการนี้ของหน่วยงานภาครัฐจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญต่อเรื่องของประสิทธิภาพในเชิงการบริหารจัดการ และประสิทธิภาพเช่นนี้ ย่อมเป็นองค์ประกอบสำคัญในการกำหนดทิศทางในภาพรวมของประสิทธิภาพของการจัดการภาครัฐที่มีต่อระบบการบริหารงานภาครัฐและระบบเศรษฐกิจ

การให้บริการของภาครัฐที่มีคุณภาพ จึงเป็นสิ่งที่สะท้อนสมรรถนะของการปฏิบัติงานการให้บริการตอบสนองความต้องการประชาชนที่เป็นลูกค้าผู้รับบริการของหน่วยงานภาครัฐ ภายใต้รากฐานของการบริหารราชการหรือการบริหารงานภาครัฐตามแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management-NPM) ที่ระบบราชการของหลายประเทศ รวมทั้งประเทศไทยรับมาเป็นกระบวนการทัศน์ในการขับเคลื่อนการจัดการระบบงานภาครัฐในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ตามแนวคิดนี้ นอกจากแนวทางการปรับปรุงสมรรถภาพและการยกระดับกำลังการผลิตของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งมีมิติอยู่ที่การพัฒนาทรัพยากรบุคคล (Human Resource Development) และมีการใช้ประโยชน์จากภาคเอกชนให้มากขึ้น

คุณภาพการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ จัดได้ว่าเป็นเรื่องหรือแนวคิดใหม่ที่หน่วยงานภาครัฐจะต้องดำเนินการตามกรอบและบริบทของการปฏิรูประบบบริหารภาครัฐของไทย โดยเฉพาะนับแต่ได้มีการรื้อปรับระบบราชการครั้งใหญ่เมื่อปี พ.ศ.2545 อันเป็นผลมาจากทั้งนโยบายของรัฐบาลในสมัยนั้น

(สมัยพันตำรวจโท ดร.ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี) และข้อกำหนดจากบทบัญญัติของกฎหมายหลายฉบับ อาทิ กฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน กฎหมายว่าด้วยการปรับปรุงส่วนราชการ และพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี เป็นต้น ประกอบกับการนำแนวคิดของการบริหารงานราชการแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Result-based Management) ได้ทำให้หน่วยงานราชการต่างๆ มุ่งกำหนดเป้าประสงค์หลักเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Core Objective) ในการจัดบริการประชาชนทุกระดับเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ อันเป็นไปตามเจตนารมณ์ในการพัฒนาระบบราชการในเชิงการจัดระบบบริหารราชการแผ่นดินที่เน้นความมีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างแท้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งตามบทบัญญัติที่ระบุไว้ในพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ.2546

แนวคิดการพัฒนาคุณภาพการให้บริการประชาชนที่ดีขึ้น นับได้ว่าเป็นเรื่องหนึ่งที่สำคัญงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ ได้เร่งรัดผลักดันการดำเนินการในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เมื่อพิจารณาถึงการให้บริการประชาชนขององค์กรขนาดใหญ่ เช่น กระทรวงสาธารณสุข สภานายความ เป็นต้น ซึ่งเป็นองค์กรมหาชนแห่งหนึ่งของไทย หรือหน่วยงานในภาครัฐ ของระบบราชการไทยทั้ง หลาย ย่อมจะต้องมีบางส่วนบางหน่วยงานที่ยังไม่สามารถสนองความต้องการของประชาชนที่ไปขอรับบริการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจได้สมบูรณ์แบบ แต่หากได้มีการนำเอาหลักธรรมคำสอนขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้ามาประยุกต์ใช้ได้แก่ หลักสังคหวัตถุ 4²

²ที่.ป.า.(ไทย) 11/313/295.



ในการให้บริการจะทำให้เกิดประสิทธิภาพ ในการให้บริการเป็นที่พึงพอใจของประชาชนผู้รับ บริการ นอกจากนี้ ยังสามารถนำหลักธรรมคำ สอนในส่วนอื่นๆ นำมาประกอบประยุกต์ใช้ เพื่อ ส่งเสริม สนับสนุน เพิ่มเติมอีกด้วย จะทำให้เกิด ประสิทธิภาพในการให้บริการต่อประชาชนผู้รับ บริการสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

หลักการบริการทั่วไป

การบริการถือเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทหนึ่งเรีย กว่า ผลิตภัณฑ์บริการ (Service product) ซึ่งแตก ต่างกับสินค้า (goods) เนื่องจากผลิตภัณฑ์บริการ ที่แท้จริงจะไม่เกี่ยวข้องหรือมีตัวสินค้าแต่อย่างใด ในการขายสินค้าโดยปกติก็มักจะมีบริการควบคู่ การขายไปด้วยนั้น ซึ่งมักจะเป็นบริการหลังการขาย (product support service) ไม่จัดว่าเป็นผลิตภัณฑ์ บริการแต่ไม่ว่าจะเป็นการบริการประเภทใดก็ตาม ต่างก็ต้องคำนึงถึงปัจจัยที่สำคัญ 5 ด้าน ได้แก่

1) ผู้รับบริการ เนื่องจากความพึงพอใจของผู้รับ บริการเป็นเป้าหมายหลักของการบริการและโน้มน ำให้ผู้รับบริการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในภาย หลัง แต่การบริการใดๆ จะได้ผลตรงก็ต่อ เมื่อต้อง ได้รับความสนใจจากผู้รับบริการ ดังนั้น การรับรู้การ บริการที่ผู้รับบริการพึงพอใจจึงเป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้ เพื่อจะได้บริการได้อย่างถูกต้อง

(1) ลักษณะการรับรู้ของผู้รับบริการแบ่งเป็น 2 ลักษณะด้วยกัน คือ

- การรับรู้จากประสบการณ์ที่ได้รับ เกิดจาก ผู้รับบริการเคยใช้บริการแล้ว และเกิดความรู้สึก หรือความเข้าใจในภาพพจน์เกี่ยวกับบริการนั้นว่ามี คุณภาพมากน้อยเพียงใด

- การรับรู้จากความคาดหวัง เป็นการรับรู้ที่ เกิดจากการโฆษณาภาพพจน์จากสื่อต่างๆ เกิดเป็น

ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการขึ้น

(2) ประเภทของผู้รับบริการ สามารถแบ่งได้ เป็น 2 ประเภท ดังนี้

- จำแนกตามพฤติกรรมของผู้รับบริการ

ก) ผู้รับบริการชั้นประหยัด (Economizing customer) เป็นผู้รับบริการที่เน้นคุณค่าการบริการ ชอบการบริการที่มีคุณภาพราคาถูก ชอบที่จะเรีย กร้องสิ่งต่างๆ และเปลี่ยนใจง่าย

ข) ผู้รับบริการชั้นจริยธรรม (Ethical customer) เป็นผู้รับบริการที่ให้ความเท่าเทียมกัน แก่บุคคลอื่นๆ เน้นสิ่งที่เป็นการกระทำประโยชน์เพื่อ สังคม ชอบให้การบริการเป็นไปตามปกติและเห็นอก เห็นใจผู้ให้บริการ

ค) ผู้รับบริการแบบปัจเจกบุคคล (Personalizing customer) เป็นผู้รับบริการที่ชอบให้ผู้อื่น เห็นความสำคัญของตน ต้องการยกย่องให้เกียรติ การให้บริการที่พิเศษเฉพาะตน

ง) ผู้รับบริการตามสะดวก (Convenient customer) เป็นผู้รับบริการที่เข้าใจอะไรๆ ยินดี จ่ายเงินเพื่อซื้อความสะดวกสบายต้องการคุณภาพ ในการบริการระดับหนึ่ง แต่ชอบในความสะดวก รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก

- จำแนกตามเกณฑ์การพิจารณาอัตราค่า บริการ

ก) ผู้รับบริการที่ไวต่อราคา (Price sensitive customer) จะใช้การพิจารณาจากราคาเป็นสำคัญ คุณภาพไม่เป็นไร นิยมความประหยัด

ค) ผู้รับบริการที่ไวต่อทั้งราคาและคุณภาพ (Price quality customer) จะตัดสินใจด้วยราคา และคุณภาพอย่างมีเหตุผลเปรียบเทียบความคุ้มค่า ของการบริการกับค่าบริการ

ง) ผู้รับบริการที่ไวต่อคุณภาพ (Quality sensitive customer) จะสนใจคุณภาพเป็นหลัก

ราคาเท่าไรก็ได้ ขอบริการที่ถูกต้อง

จ) ผู้รับบริการที่ให้ความเชื่อถือต่อราคา (Price surrogate customer) เป็นผู้ที่อาศัยปัจจัยภายนอกมาเสริมการตัดสินใจ โดยมักเชื่อว่าค่าบริการที่สูงจะมีคุณภาพบริการที่ดีเสมอ

2) ผู้ปฏิบัติงานบริการ เป็นผู้ดำเนินงานบริการ ซึ่งต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการในแบบใดแบบหนึ่งและมุ่งปฏิบัติงานอย่างเต็มประสิทธิภาพเพื่อภาพพจน์ที่ดีของการบริการนั้นๆ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

(1) ประเภทที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์และปรากฏตัวกับผู้รับบริการ เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานประชาสัมพันธ์

(2) ประเภทที่ไม่ต้องมีปฏิสัมพันธ์แต่ต้องปรากฏตัวกับผู้รับบริการ เช่น พนักงานจัดเครื่องดื่ม

(3) ประเภทที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์แต่ไม่ต้องปรากฏตัวกับผู้รับบริการ เช่น นักบิน

(4) ประเภทที่ไม่ต้องมีปฏิสัมพันธ์และปรากฏตัวกับผู้รับบริการ เช่น บัญชี

3) องค์การธุรกิจบริการ มุ่งที่จะสนใจความต้องการของผู้รับบริการเสมอ ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ซื้อเกิดความพึงพอใจ ผู้ประกอบการเป็นผู้วางนโยบายการบริการและควบคุมการดำเนินงานขององค์การให้อยู่รอดและมีกำไร ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายด้านได้แก่

(1) นโยบายบริการ ต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายรวมชัดเจนและแจ้งต่อพนักงานทุกคนให้ปฏิบัติตามโดยพร้อมเพรียงและคอยควบคุมให้พนักงานปฏิบัติตามนโยบายที่ตั้งไว้

(2) การบริหารการบริการ เป็นการกำหนดโครงสร้างและกลยุทธ์การบริหารการบริการที่ดี ให้ความสำคัญแก่ผู้รับบริการและพนักงานบริการทุกระดับ มีแนวทางในการปรับแผนกลยุทธ์และฝึกอบรม

พนักงานและพัฒนาทักษะในการบริการอยู่เสมอ

(3) วัฒนธรรมการบริการ เสริมสร้างความร่วมมือร่วมใจ ความเชื่อถือและความจริงใจต่อกันระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรและระหว่างพนักงานด้วยกัน

(4) รูปแบบการบริการ องค์การต้องมีการพิจารณารูปแบบและวิธีการนำเสนอที่ดีสอดคล้องกับนโยบายการบริการ นำเทคโนโลยีต่างๆ มาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม

(5) คุณภาพของการบริการ มีการควบคุมมาตรฐานคุณภาพให้บริการอย่างจริงจัง มีการตรวจสอบและประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการ มุ่งหาข้อบกพร่องของการบริการอยู่เป็นระยะ

4) ผลผลิตบริการ การนำเสนอวิธีการให้บริการและการปฏิบัติต่อผู้รับบริการ จะต้องเป็นไปตามนโยบายการบริการและมุ่งสู่เป้าหมายของการบริการที่มีคุณภาพสนองตอบต่อความต้องการของผู้รับบริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อผู้รับบริการ องค์การจะต้องนำเสนอรูปแบบการบริการ (Service offer) ให้แก่ผู้รับบริการ โดยคำนึงถึงองค์ประกอบของผลผลิตบริการ รูปแบบการให้บริการ และภาพลักษณ์ของการบริการ

ในการนำเสนอผลผลิตบริการนั้น ต้องมีการสำรวจความต้องการของผู้รับบริการและประเมินความคาดหวังของผู้รับบริการต่อการบริการ เพื่อกำหนดระดับของการให้บริการได้อย่างถูกต้อง ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

(1) การบริการหลัก (Core service) เป็นกิจกรรมหลักของการบริการนั้นๆ เช่น สายการบินนำผู้โดยสารส่งถึงที่หมาย

(2) การบริการตามความคาดหวัง (Expected service) เป็นกิจกรรมที่ผู้รับบริการมักคาดหวังไว้ว่าจะได้รับ เช่น การได้พบแพทย์ผู้ชำนาญเมื่อมาตรวจรักษา



(3) การบริการเกินความคาดหวัง (Exceeded service) เป็นกิจกรรมที่ผู้รับบริการมิได้คาดหวัง และเมื่อได้รับการบริการ ผู้รับบริการจะเกิดความรู้สึกประทับใจและนำไปสู่ความเป็นเลิศในการบริการ เช่น การคอยอำนวยความสะดวกด้วยไมตรีจิตแก่ผู้มาคอยรับบริการ

5) สภาพแวดล้อมในการบริการ มีส่วนเอื้อต่อการให้บริการและการปฏิบัติงานของบุคลากร เป็นภาพลักษณ์ (Image) ขององค์กร ทั้งด้านกายภาพ อันได้แก่ อาคารสถานที่ อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ และยังรวมไปถึงบรรยากาศของการบริการ เช่น การจัดแบ่งสถานที่ การประดับตกแต่ง การปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร ซึ่งสภาพแวดล้อมสามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ

(1) สภาพแวดล้อมภายนอก หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏภายนอกอาคาร เช่น สถานที่ตั้ง ทางเข้าออก ที่จอดรถ ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ เป็นต้น

(2) สภาพแวดล้อมภายใน หมายถึง ลักษณะการจัดระบบภายในอาคาร การวางแผนผัง การจัดวางวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ

ดังนั้น สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการ เป็นปัจจัยในการสร้างความประทับใจและเอกลักษณ์ของการบริการ ทำให้เกิดความแตกต่างในคุณภาพของการบริการ และยังเป็นส่งเสริมคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรในองค์กรนั้นๆ อีกด้วย³

การบริการเป็นกระบวนการทางสังคมที่มีการเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ โดยสามารถแยกองค์ประกอบออกได้เป็น

(1) ผู้ให้บริการ (Provider) ได้แก่ ผู้ที่ทำการ

ผลิตสินค้าบริการ ผู้จัดให้เกิดการบริการและผู้นำเสนอสินค้าบริการ

(2) กระบวนการในการให้บริการ (Service) ได้แก่ กระบวนการหรือวิธีการให้การนำเสนอสินค้าบริการจากผู้ให้บริการไปสู่ผู้รับบริการ

(3) ผู้รับบริการ (Customer) ได้แก่ ผู้ที่มารับบริการที่ผู้ให้บริการจัดให้ โดยเข้าร่วมในกระบวนการให้บริการ⁴

งานบริการมีลักษณะสำคัญ ประกอบด้วย

ประการที่หนึ่ง ความไม่มีตัวตน/จับต้องไม่ได้ (Intangibility) ซึ่งแตกต่างจากสินค้าเชิงกายภาพต่างๆ ก่อนซื้อบริการ ผู้รับบริการไม่สามารถสัมผัสการบริการได้ กล่าวคือ ตราใบที่ยังไม่มีการใช้บริการ ผู้ซื้อบริการก็ยังไม่สามารถมองเห็น ไม่รับรู้กลิ่น ไม่รู้สึกสัมผัส ไม่ได้ยิน ไม่สามารถรับรู้รสชาติได้ ยกตัวอย่างเช่น ผู้ใช้บริการที่เดินทางไปรักษาตัวโดยวิธีจิตบำบัดกับจิตแพทย์จะยังไม่สามารถทราบผลการรักษาจนกว่าจะได้รับการรักษาจริงเสร็จสิ้นแล้ว

ด้วยคุณลักษณะที่จับต้องไม่ได้ของงานบริการ ทำให้ภาพลักษณ์กลายเป็นปัจจัยสำคัญในการแยกความแตกต่างออกจากคู่แข่ง ส่วนผู้ใช้บริการจำต้องสร้างความมั่นใจให้แก่ตัวเองก่อนที่จะตัดสินใจซื้อบริการ โดยพวกเขาพยายามค้นหาหลักฐานที่สามารถจับต้องได้ สำหรับใช้อ้างอิงถึงคุณภาพของบริการจากสถานที่ คน อุปกรณ์ เอกสารการสื่อสาร สัญลักษณ์ ตรายี่ห้อ และราคาที่เขาพบในขณะนั้น ดังนั้น งานของผู้ให้บริการก็คือ การจัดการหลักฐาน เพื่อให้สิ่งที่ไม่มีความเป็นตัวตนปรากฏเป็นตัวตนออกมา (to manage the evidence; to tangible the

³อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ, **Service Psychology จิตวิทยาบริการ**, (กรุงเทพมหานคร : บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด, 2548), หน้า 28 – 31.

⁴เรื่องเดียวกัน, หน้า 207.

intangible.) โดยการเพิ่มหลักฐานเชิงกายภาพและ จินตนาการให้แก่งานบริการที่ไร้ตัวตน/จับต้องไม่ได้ ของตนขึ้นมา

ประการที่สอง ความมีอาจแบ่งแยกได้ (In-separability) การผลิตและการบริโภคงานบริการ จะเกิดขึ้นพร้อมๆ กัน โดยไม่สามารถแบ่งแยกออกจากกันได้ ในขณะที่ผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมจะมีการผลิตขึ้นมาก่อน หลังจากนั้นจะเป็นขั้นตอน การขนส่ง การค้าส่ง การค้าปลีก และการบริโภค แต่ในงานบริการนั้น การผลิตบริการ (การให้บริการ) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นพร้อมกับการบริโภค การบริการ ในแง่นี้ทำให้ตัวผู้ผลิตบริการจึงกลายเป็น ส่วนหนึ่งของการบริการไปด้วย ในกรณีที่เป็นงาน บริการประเภทผู้รับบริการปรากฏอยู่ต่อหน้าการ ผลิตบริการ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ถือว่าเป็นส่วนสำคัญที่ไม่สามารถแยกออกจากการ บริการได้

นอกจากนี้ ในงานบริการประเภทบันเทิงหรือ งานที่ใช้ผู้เชี่ยวชาญระดับสูง ผู้ซื้อบริการจะให้ความสำคัญต่อตัวผู้ให้บริการที่พวกเขาคาดหวังอย่างมาก เช่น นักเรียนที่จะเรียนพิเศษภาษา อังกฤษ พวกเขา จะให้ความสนใจว่าใครเป็นผู้สอน มีความรู้ความ สามารถ ประสบการณ์สอนและอัธยาศัยเป็นอย่างไร เป็นต้น

ประการที่สาม ความไม่คงเส้นคงวา (Variability) เนื่องจากคุณภาพของงานบริการขึ้น อยู่กับตัวผู้ให้ บริการ สถานที่ และเวลาให้บริการ ด้วยเหตุนี้งาน บริการจึงมีความไม่คงเส้นคงวามาก เช่น ในสำนักงาน กฎหมายแต่ละแห่ง ย่อมมีทนายความหลายคนที่มี

ความรู้ความสามารถแตกต่างกัน อันทำให้คุณภาพ ของการให้บริการมีความแตกต่างกันค่อนข้างสูง

วิธีการแก้ไขปัญหาก็เกี่ยวกับความไม่คงเส้น คงวาของงานบริการโดยการควบคุมคุณภาพของ การให้บริการ ซึ่งโดยทั่วไปมีดังนี้ ประการแรก การสรรหาและคัดเลือกให้ได้บุคลากรตรงกับ คุณสมบัติที่ต้องการ พร้อมกับการจัดอบรมเพื่อ พัฒนาบุคลากร ประการที่สอง สร้างกระบวนการให้ บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน (Standardization of the service-performance Process) ทั้งทั้งองค์กร โดยการจัดทำพิมพ์เขียวที่เป็นแผนภูมิแสดงถึงขั้นตอนการทำงานทั้งหมดตั้งแต่ต้นจนจบ และประการ ที่สาม กำกับติดตามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยพิจารณาจากการร้องเรียน การให้คำแนะนำ การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า และการใช้บริการที่อื่นเพื่อการเปรียบเทียบ

ประการที่สี่ ความไม่สามารถเก็บรักษาเอาไว้ได้ (Perish ability) เนื่องจากมูลค่าของงานบริการจะ ถูกสร้างขึ้นในเวลาที่ใช้บริการเท่านั้น งานบริการจึง ไม่สามารถเก็บกักตุนเอาไว้ได้ ปัญหาความเสียหาย ที่เกิดจากการขายบริการไม่ได้จะเกิดขึ้นในสถานะ ที่อุปสงค์มีความไม่แน่นอนสูง⁵

การบริการที่ดีมีคุณลักษณะ 7 ประการ

บริการ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า SERVICE ซึ่งมี ความหมายของการบริการที่สามารถยึดเป็นหลักใน การปฏิบัติได้ คือ⁶

S = Smiling & Sympathy ยิ้มแย้ม และ เอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นใจต่อความลำบากยุ่งยาก ของผู้มารับบริการ

⁵พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต และคณะ, โครงการประเมินความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการโรงเรียน ในสังกัดกรุงเทพมหานคร, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก, 2551), หน้า 40.

⁶สันต์ ยอดศรี, การวัดความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการภายในศูนย์สุขภาพ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, (กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550), หน้า 33-34.



E = Early Response ตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้มารับบริการอย่างรวดเร็วทันใจ โดยไม่ต้องให้เอ่ยปากเรียกร้อง

R = Respectful แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้มารับบริการ

V = Voluntariness manner การให้บริการที่ท้ออย่างสมัครใจ เต็มใจทำ ไม่ใช่ทำงานอย่างเสียไม่ได้

I = Image Enhancing การรักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการ และภาพลักษณ์ขององค์การด้วย

C = Courtesy ความกระตือรือร้น

E = Enthusiasm ความอ่อนน้อม อ่อนโยน สุภาพ มีมรรยาทดี

หลักการบริการสาธารณะ

การบริการสาธารณะ หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่รัฐบาลจัดขึ้นเพื่อสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชน ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ⁷

1) กิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการได้รับความปลอดภัย คือ หน่วยงานที่ให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการความปลอดภัย เช่น ตำรวจ ทหาร เป็นต้น

2) กิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการได้รับความสะดวกสบาย ได้แก่ หน่วยงานที่ให้บริการตอบสนองความต้องการด้านความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิต เช่น การไฟฟ้า การประปา องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย เป็นต้น

สำนักนโยบายและแผน กรุงเทพมหานคร มองว่าการให้บริการสาธารณะมีองค์ประกอบสำคัญอยู่ 4 ด้าน คือ

1) ปัจจัยนำเข้า (Input) หรือทรัพยากรอันได้แก่ บุคลากร ค่าใช้จ่าย อุปกรณ์ และ สิ่งอำนวยความสะดวก

2) กิจกรรม (Activities) หรือกระบวนการ

(Process) หมายถึง วิธีการที่จะใช้ทรัพยากร

3) ผล (Results) หรือผลผลิต (Outputs) หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นหลังจากมีการใช้ทรัพยากร

4) ความคิดเห็น (Opinions) ต่อผลกระทบ (Impacts) ซึ่งหมายถึงความคิดเห็นของประชาชนต่อบริการที่ได้รับ จากความหมายดังกล่าวเป็นการพิจารณาโดยใช้แนวคิดเชิงระบบที่มีการมองว่าหน่วยงานที่มีหน้าที่ให้บริการนำปัจจัยนำเข้าเข้าสู่กระบวนการผลิต และออกมาเป็นผลผลิตหรือการบริการ

การมองในแง่ของผลกระทบที่เกิดขึ้นหลังการให้บริการ สามารถวัดได้จากความคิดเห็น หรือทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อระบบการให้บริการนั้น

หลักการให้บริการสาธารณะ มีหลักสำคัญอยู่ 5 ประการคือ

1) บริการสาธารณะเป็นกิจกรรมที่อยู่ในความอำนาจการ หรือในความควบคุมของฝ่ายปกครอง

2) บริการสาธารณะ มีวัตถุประสงค์ในการสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชน

3) การจัดระเบียบและวิธีการจัดทำบริการสาธารณะย่อมจะต้องมีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้เสมอโดยตัวบทกฎหมาย

4) การสาธารณะจะต้องจัดดำเนินการโดยสม่ำเสมอไม่มีการหยุดชะงัก ถ้าจะต้องหยุด ชะงักลงด้วยประการใดก็ตาม ประชาชนย่อมได้รับความเดือดร้อน หรือได้รับความเสียหาย

5) เอกชนย่อมมีสิทธิที่จะได้รับผลประโยชน์จากบริการสาธารณะเท่าเทียมกันเพื่อประโยชน์ของประชาชนโดยเสมอหน้ากัน

เป้าหมายของการให้บริการสาธารณะคือ การสร้างความพอใจให้เกิดแก่ผู้รับบริการ ดังนั้น การที่จะวัดว่าการให้บริการสาธารณะบรรลุเป้าหมายหรือ

⁷ ประยูร กาญจนดุล, คำบรรยายกฎหมายปกครอง, (กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544), หน้า 80-82.

ไม่ วิธีหนึ่งก็คือการวัดความพึงพอใจของ ประชาชน ผู้รับบริการ เพื่อเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงาน ของหน่วยงานที่มีหน้าที่ให้บริการ เพราะการวัด ความพึงพอใจนี้เป็นการตอบคำถามว่าหน่วยงาน ที่มีหน้าที่ให้บริการมีความสามารถ ตอบสนองต่อ ความต้องการของประชาชนได้หรือไม่ เพียงใด และ อย่างไร

หลักการที่ใช้ในการบริการสาธารณะ

หลักธรรมอีกอย่างที่จะทำให้การอยู่ร่วมกัน ในสังคมเป็นไปด้วยความสุขคือ สังคหวัตถุ 4 การ สงเคราะห์ซึ่งกันและกัน หลักธรรมนี้จะช่วยให้ผู้ ปฏิบัติสามารถยึดเหนี่ยวจิตใจผู้อื่นได้ สร้างมิตรไมตรีที่ ดีต่อกันและกันได้ และเหมาะสมที่ใช้ในการบริการ ซึ่ง หลักธรรมทั้ง 4 ประการนั้น ได้แก่

1) ทาน การให้ การเสียสละวัตถุสิ่งของต่างๆ ตามสมควรแก่กำลังตน เพื่อให้คนอื่นได้รับความสุข จากการมีวัตถุบ้าง เช่น การให้ทานแก่คนยากจน คน กำพร้า คนด้อยโอกาส การให้ทานนอกจากจะช่วย ทำให้สังคมได้รับประโยชน์แล้ว ยังช่วยให้ตัวผู้ทำ ทานลดกิเลสตัณหาที่มีอยู่ในจิตใจได้ นั่นก็คือ ความ โลก ความตระหนี่ถี่เหนียว ความเห็นแก่ตัว นอกจากนี้ การให้ทานยังเป็นพื้นฐานที่จะทำให้เราสามารถ ปฏิบัติความดีอื่นๆ ขึ้นไปได้

2) ปิยวาจา การพูดด้วยถ้อยคำที่ไพเราะอ่อนหวาน พูดด้วยความจริงใจ ไม่หยابคายก้าวร้าว พูดในสิ่งที่เป็นประโยชน์เหมาะกับกาลเทศะ เรา มักจะได้ยินกันบ่อยว่า อยู่คนเดียวระวังความคิด อยู่ร่วมมิตรระวังคำพูด การอยู่ร่วมกับผู้อื่น คำพูด เป็นสิ่งสำคัญมาก หากพูดเป็น รู้จักพูดเราก็จะได้ ประโยชน์จากคำพูดนั้นมากมาย คำพูดที่ดีถูกกาละ เทศะเพียงไม่กี่คำก็อาจเปลี่ยนจิตใจคนเลวให้กลายเป็นดีได้ เช่น พระพุทธเจ้าพูดกับองคุลิมาล ในขณะที่

ท้องคุลิมาลถือมีดไล่ฟันพระพุทธเจ้าและเรียกให้ พระองค์หยุด พระองค์ไม่หยุดแต่พูดว่า เราหยุดแล้ว ท่านต่างหากที่ยังไม่หยุด เพียงแค่นี้ก็ทำให้องคุลิมาล ได้สติและหันมาฟังคำสอนของพระพุทธเจ้าจนบรร ละเอียดเป็นพระอรหันต์ในที่สุด ฉะนั้น เวลาจะพูดอะไร ออกไป เราควรคิดให้ถี่เสียบ้าง คำพูดของเราจึงจะมีค่า คำพูดที่เป็นปิยวาจา นั่นคือคำพูดที่เว้นการพูด เท็จ พูดส่อเสียด พูดคำหยาบ และพูดเพื่อเจ้า

3) อตถจริยา การสงเคราะห์ทุกชนิดหรือการ ประพฤติในสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่ผู้อื่น ทำตัวเป็น ประโยชน์ เห็นใครทำอะไรที่เป็นประโยชน์แก่ส่วน รวมก็อาสาเข้าไปช่วยเหลือ แบ่งเบาภาระ หากสังคมมี คนประเภทนี้มากๆ ก็จะมีแต่ความสุขความเจริญ เกิด ความรักความสามัคคีต่อกันและกัน การอาสาเข้าไป ช่วยเหลือ เป็นเหมือนทุกคนได้หลอมละลายจิตใจ เข้าเป็นหนึ่งเดียว ร่วมแรงร่วมใจกันทำสิ่งต่างๆ ที่ จะเกิดผลดีแก่สังคมโดยรวม

4) สมานัตตตา ความเป็นผู้มีตนเสมอ เป็นผู้มี ตนเสมอในธรรมทั้งหลายตามสมควร การทำตัวให้ เข้ากับผู้อื่นได้ ด้วยการร่วมสุข ร่วมทุกข์ ไม่ถือตัว มีความเสมอภาคต่อกัน วางตัวเหมาะสม สังคมเขา ปฏิบัติอย่างไร เราก็ปฏิบัติอย่างนั้นตามสมควร เขา อยู่อย่างไรเราก็อยู่อย่างนั้น เขากินอย่างไรเราก็กิน อย่างนั้น จะทำให้การอยู่ร่วมกับคนอื่นในสังคมเป็น ไปด้วยความสุข ไม่มีการแบ่งแยก

หลักธรรมทั้ง 4 ประการนั้น มีผู้ประพันธ์เป็น คำกลอนเพื่อให้จำได้ง่ายๆ ว่า โอบอ้อมอารี วชิ ไพเราะ สงเคราะห์ประชาชน วางตนเสมอ ในพระ สุตตันตปิฎก ทีฆนิกาย ปาฎิกวรรค ได้กล่าวถึง สังคหวัตถุ 4 ว่า

“ดูกรภิกษุทั้งหลาย ตถาคตเคยเป็นมนุษย์ ในชาติก่อน ภพก่อนกำเนิดก่อน เป็นผู้สงเคราะห์ ประชาชนด้วยสังคหวัตถุ 4 คือ การให้การกล่าว



คำเป็นที่รัก การประพจน์ให้เป็นประโยชน์ และ
ความเป็นผู้มีตนเสมอ ตถาคตย่อมเข้าถึงสุคติโลก
สวรรค์เบื้องหน้าแต่ตายเพราะกายแตก เพราะกรรม
นั้น อันตนทำ สังสม พอกพูน ไพบูลย์ ฯลฯ ครั้นจุติ
จากโลกสวรรค์แล้วมาสู่ความเป็นอย่างนี้ ย่อมได้
เฉพาะซึ่งมหาปฐักลักษณะ ทั้ง 2 นี้”

จึงกล่าวได้ว่า สังคหวัตถุ 4 ประการนั้นนอกจาก
จะทำให้การอยู่ร่วมกันในสังคมเป็นไปอย่างมีความสุข
ยังทำให้ผู้ปฏิบัติได้รับบุญกุศลไปเกิดบนสวรรค์
ด้วย และหากเกิดมาเป็นมนุษย์ในโลกนี้อีก ก็ย่อม
จะเป็นมนุษย์ที่มีรูปร่างสมบูรณ์⁸

สรุป

การให้บริการประชาชนนั้น ผู้ให้บริการจะต้อง
ให้การบริการด้วยความเป็นกัลยาณมิตร มีความ
มุ่งมาดปรารถนาดี เต็มใจที่จะช่วยเหลือประชาชน
อย่างเต็มความสามารถ เมื่อมีปัญหาติดขัดหรือ
ขัดข้องด้านเอกสาร ก็คิดหาวิธีแก้ไข ช่วยคลี่คลาย
ปัญหาให้ประชาชนได้รับการบริการที่ดี สมหวัง
กลับไปด้วยความซาบซึ้งประทับใจ ดังนั้น จะเห็นได้
ว่าการให้บริการโดยใช้หลักสังคหวัตถุ 4 ย่อมเพียงพอ
ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ประชาชนทุกคน
ที่ไปขอรับบริการได้

⁸สำนักนโยบายและแผน กรุงเทพมหานคร, ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้
บริการของกรุงเทพมหานคร : ศึกษากรณีสำนักงานเขต, (รายงานฉบับสมบูรณ์โดยคณะพัฒนาสังคม
ร่วมกับสมาคมพัฒนาสังคม : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2538). หน้า 56.

บรรณานุกรม

- ประยูร กาญจนดุล. คำบรรยายกฎหมายปกครอง. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
พระมหาบุญมี มาลาวชิโร, ธรรมใจ, (กรุงเทพมหานคร : ดีเอ็มจี, 2551).
พิชาย รัตนดิกล ภูเก็ท และคณะ. โครงการประเมินความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการโรงเรียนในสังกัด
กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก, 2551.
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. พระไตรปิฎกฉบับภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร
: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2539.
วสันต์ ยอดศรี. การวัดความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการภายในศูนย์สุขภาพ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.
สมิต สัณณกร. การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ. กรุงเทพมหานคร : วิญญูชน, 2542.
สำนักนโยบายและแผน กรุงเทพมหานคร, ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและ กระบวนการให้บริการของ
กรุงเทพมหานคร : ศึกษากรณีสำนักงานเขต. รายงานฉบับสมบูรณ์โดยคณะพัฒนาสังคม ร่วมกับสมาคมพัฒนาสังคม :
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2538.
อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. Service Psychology จิตวิทยาบริการ. กรุงเทพมหานคร : บริษัท
เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด, 2548.