

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการภายในศูนย์สุขภาพ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีต่อด้านการบริการ ด้านอุปกรณ์ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านจิตวิทยาและประโยชน์ที่ได้รับเฉพาะบุคคล ด้านสังคม และด้านสุขภาพและสมรรถภาพ รวมทั้งอุปสรรคและข้อเสนอแนะของสมาชิกในการพัฒนาการบริการของศูนย์สุขภาพคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานความคิดไปสู่กรอบความคิดในการวิจัยและแนวทางในการศึกษาแยกเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีการบริหาร
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์การ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.4 แนวคิดการบริการและความพึงพอใจ
- 2.5 แนวคิดหลักการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดทฤษฎีการบริหาร

##### 2.1.1 ความหมายของการบริหาร

คำว่า การบริหาร (Administration) หรือการจัดการ (Management) มีความหมายที่ใช้ควบคู่กันได้ นักวิชาการให้ความหมายไว้หลายท่านดังนี้

Dale (1974 อ้างถึงใน เกรียงศักดิ์ เขียวขึง, 2542) ให้คำจำกัดความว่า การบริหาร คือ กระบวนการจัดการองค์การและใช้ทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อให้ได้วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ล่วงหน้า

นพพงษ์ บุญจิตราดุล (2527) กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปร่วมกันดำเนินการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง ที่บุคคลร่วมกันกำหนดขึ้น โดยใช้กระบวนการอย่างมีระเบียบ และใช้ทรัพยากรตลอดจนเทคนิคต่าง ๆ อย่างเหมาะสม

ศิริอร ชันธหัตถ์ (2541) กล่าวว่า การบริหารเป็นกิจกรรมที่บุคคลดำเนินการร่วมมือกับผู้อื่น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนด

สมยศ นาวิการ (2541) กล่าวว่า การบริหารคือกระบวนการวางแผน การจัดองค์กร การสั่งการ และการควบคุม ความพยายามของสมาชิกในองค์กรและการใช้ทรัพยากรอื่น ๆ เพื่อความสำเร็จของเป้าหมายในองค์กรที่กำหนดไว้

ประพันธ์ สุริหาร (2541) ได้สรุปสาระสำคัญของการบริหารไว้ดังนี้ การบริหารเป็นกิจกรรมของบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป เป็นกลุ่มบุคคลร่วมมือกันทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน โดยใช้กระบวนการและทรัพยากรที่เหมาะสม

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การบริหาร เป็นการดำเนินกิจกรรมของบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป ร่วมกันดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ตามหน้าที่การจัดการ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยอาศัยการบริหาร เช่น คน เงิน วัสดุสิ่งของ และวิธีการจัดการหรือกระบวนการบริหารเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

### 2.1.2 องค์ประกอบของการบริหาร

ติน ปรัชญพฤทธิ (2532) กล่าวถึงทรัพยากรหรือองค์ประกอบทางการบริหารว่า ประกอบด้วยปัจจัย 4 M's คือ Man Money Material and Management ซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานในการบริหาร

อรุณ บุญมาก (2535) ได้ทำการรวบรวมองค์ประกอบการบริหารไว้ในหนังสือ คู่มือนักบริหารสาธารณสุข ไว้ว่า องค์ประกอบของการบริหาร (Administrative Factor) ประกอบด้วย 8 ประการ คือ คนหรือบุคลากร เงินหรืองบประมาณ วัสดุและอุปกรณ์ เครื่องจักร ตลาด ขบวนการและกำลังใจ อำนาจหน้าที่และเวลา

ธงชัย สันติวงษ์ (2539) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบทางการบริหารที่เป็นข้อมูลพื้นฐานที่ผู้บริหารทุกคนจะต้องหันมาใช้ความสนใจงานด้านบริหาร เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์การหรือหน่วยงานที่ตั้งไว้ ซึ่งประกอบด้วย คน เครื่องจักร เงิน วัสดุสิ่งของ และนอกจากนี้ยังได้กล่าวถึงปัจจัยทางการบริหารอีกกลุ่มหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดความสำเร็จของการดำเนินงานในองค์การอันประกอบด้วย เรื่องการตลาด วิธีการปฏิบัติ การมุ่งใจในการปฏิบัติงาน และวิธีการบริหารจัดการ

เพ็ญศรี สุโรจน์ (2529, อ้างถึงใน ฉลอม จันทรลอย, 2543) ได้ให้ความเห็นว่า องค์ประกอบทางการบริหารงานสาธารณสุขควรที่จะประกอบด้วย กำลังคนทางการแพทย์ และสาธารณสุขและสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน งบประมาณ สิ่งของเครื่องใช้ (วัสดุ อุปกรณ์ต่าง ๆ) กฎหมายสำหรับงานทางการแพทย์และสาธารณสุข จริยธรรมและคุณธรรม ข้อมูลต่าง ๆ อันได้แก่ การเจ็บป่วย การตาย นโยบาย แผนงาน โครงการ ซึ่งจะเป็นส่วนประกอบที่จะช่วยให้การบริหารงานในงานสาธารณสุขประสบผลสำเร็จได้

ทองหล่อ เดชไทย (2534, อ้างถึงใน สหสวรรค์ ฉัตรวิโรจน์, 2545) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบทางการบริหารว่า ประกอบด้วย คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และวิธีการบริหาร และสำหรับทรัพยากรการบริหารงานสาธารณสุขนั้น ได้แก่ บุคลากรสาธารณสุข งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์และวิธีการบริหารที่เหมาะสมกับระบบงานสาธารณสุข

สมชาย ดุรงค์เดช (2536, อ้างถึงใน สหสวรรค์ ฉัตรวิโรจน์, 2545) กล่าวถึงทรัพยากรในการบริหารงานนั้น ประกอบด้วย คน เงิน วัสดุสิ่งของ การจัดการ เทคโนโลยี และเวลา ซึ่งมีทั้งที่ได้มาจากทั้งภาครัฐและเอกชน

จะเห็นได้ว่า องค์ประกอบทางการบริหารที่นักวิชาการแต่ละท่านได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่าประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลาย ๆ ประการ ผู้วิจัยจึงเห็นว่า องค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการบริหารงานไม่ว่าทั้งภาครัฐและเอกชนนั้น ประกอบด้วยคนหรือบุคลากร เงินหรืองบประมาณที่จะนำมาใช้ในการบริหารงาน วัสดุอุปกรณ์ และวิธีการบริหารหรือกระบวนการในการบริหารจัดการของผู้บริหารที่จะนำมาใช้ในองค์การของตนเอง เพื่อให้งานบรรลุตรงวัตถุประสงค์ขององค์การที่กำหนดไว้

### 2.1.3 กระบวนการบริหาร

กระบวนการบริหาร เป็นกลยุทธ์ขององค์การในการพิจารณาว่า กระบวนการเหล่านั้นมีความสำคัญมากน้อยเพียงใดนั้น Fayol (ค.ศ. 1916 อ้างใน ธงชัย สันติวงศ์, 2541) ผู้ได้รับยกย่องว่าเป็นบิดาแห่งกระบวนการบริหาร (Father of the Administrative Process) ได้ใช้ความรู้ประสบการณ์ในการบริหาร อธิบายกระบวนการบริหารไว้ 5 ประการคือ 1) การวางแผน 2) การจัดองค์การ 3) การบังคับบัญชา 4) การประสานงาน และ 5) การควบคุม

ในขณะที่ นพพงษ์ บุญจิตราดุล (2542, อ้างถึงใน ฉลอง จันทร์ลอย, 2543) กล่าวว่า กระบวนการบริหารเป็นแนวคิด เทคนิค หรือวิธีการที่ผู้บริหารใช้ในการปฏิบัติภารกิจต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้

Campbell (ค.ศ. 1958 อ้างถึงใน สหสวรรค์ ฉัตรวิโรจน์, 2545) ได้เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการบริหารประกอบด้วย

1. การตัดสินใจ (Decision Making)
2. การจัดโปรแกรม (Programming)
3. การให้แรงกระตุ้น (Stimulating)
4. การประสานงาน (Coordinating)
5. การประเมินผล (Appraising)

Hersey and Blanchard (ค.ศ. 1977 อ้างใน สหสวรรณ จัตววิโรจน์, 2545) อธิบายว่าแนวคิดกระบวนการบริหารประกอบด้วย

1. การวางแผน (Planning) คือ กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายของหน่วยงานและวางแผนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์
2. การจัดองค์การ (Organizing) คือ การนำทรัพยากร คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ มาดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การจูงใจในการทำงาน (Motivating) คือ การที่จะทำให้งานบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพนอกจากจะต้องมีการวางแผนและการจัดการองค์การแล้ว ยังต้องกระตุ้นให้คนทำงานมีกำลังใจในการทำงาน

4. การควบคุม (Controlling) คือ การประเมินผลงานที่ทำว่า ได้บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือไม่โดยมีการควบคุม กำกับ เปรียบเทียบกับเป้าหมายว่ามีความสำเร็จมาก น้อยเพียงใด

จากการศึกษาแนวคิดกระบวนการบริหาร ผู้วิจัยสรุปได้ว่า เป็นกระบวนการการจัดการในองค์กร โดยเริ่มตั้งแต่ การวางแผน การจัดโครงสร้างองค์การ การปฏิบัติ ไปจนถึงการกำกับติดตาม การจูงใจในการทำงาน การตรวจสอบคุณภาพ เพื่อให้งานหรือผลผลิตได้คุณภาพ โดยเฉพาะคุณภาพการบริการนั้น ในการทำงานที่บรรลุเป้าหมายขององค์การซึ่งจะนำไปสู่องค์การที่มีประสิทธิภาพในทุกด้านได้ อีกทั้งการบริหารยุคใหม่นั้น ต้องมีการปรับตัวตามสภาวะแวดล้อมที่องค์การเผชิญอยู่ ปัจจัยทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง การแข่งขัน เป็นต้น ล้วนแต่ส่งผลต่อการปรับตัวในกระบวนการบริหารว่ามีการดำเนินงานอย่างไรที่จะตอบสนองต่อปัจจัยดังกล่าวได้

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์การ

### 2.2.1 ประสิทธิภาพขององค์การ

#### 1. ความหมายของประสิทธิภาพ

ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายของประสิทธิภาพไว้ดังนี้

นพพร พุกกะพันธ์ และ ประเสริฐชัย ไตรเสถียรพงศ์ (2544) ได้กล่าวว่า ประสิทธิภาพขององค์การ (Efficiency) คือ ความมีประสิทธิภาพสูง ทั้งนี้ประสิทธิภาพขององค์การนั้นจะบ่งบอกถึงการรักษาสถานะภาพ การปรับตัวและบรรลุเป้าหมาย ในองค์การที่มีการผลิต อาจวัดจากการเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายโดยตรงต่อการผลิตต่อหน่วย หรือถ้าหน่วยงานที่เป็นการบริการ วัดจากผู้มาใช้บริการต่อจำนวนบุคลากร ถ้าจำนวนผู้ใช้บริการสูง เมื่อเทียบกับจำนวนบุคลากรแล้วแสดงว่า

องค์การนี้มีประสิทธิภาพสูงในการบริการ ทั้งนี้ ถ้ามีผู้มาใช้บริการมากแสดงถึงเขาจะต้องมีความพึงพอใจในการรับบริการดังกล่าว

ปุระชัย เปี่ยมสมบูรณ์ (2530 อ้างใน เอกชัย กี่สุขพันธ์, 2538) กล่าวว่า ประสิทธิภาพตามศัพท์ทางการบริหารในสาขาสาธารณสุข หมายถึง ความสามารถของบุคลากร องค์การ เครื่องอำนวยความสะดวก การปฏิบัติกิจกรรม ซึ่งมุ่งผลิตผลลัพธ์โดยมีสัดส่วนกับความพยายามที่ลงทุนไปก่อนหน้านี้

เอกชัย กี่สุขพันธ์ (2538) กล่าวไว้ว่า ประสิทธิภาพ (Efficiency) ในการบริหารหรือการปฏิบัติงานเป็นสิ่งที่ผู้บริหารทุกระดับให้ความสำคัญมาโดยตลอด ในทุกยุคทุกสมัย ตั้งแต่มีการพัฒนาศาสตร์ในการจัดการขึ้น จะเห็นได้ว่าประสิทธิภาพในงานที่ต้องการจะให้เกิดขึ้นนั้นมักจะสัมพันธ์กับการใช้เวลา การใช้เงินและการใช้คนในการปฏิบัติงานนั้น ๆ ในบางกรณีประสิทธิภาพอาจจะต้องคำนึงถึงความถูกต้องในการปฏิบัติงานอีกด้วย การที่จะกล่าวว่าต้องการให้งานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยให้ใช้คนเท่าเดิม ทำให้งานมากขึ้น โดยใช้เงินน้อยลง หรือเท่าเดิม แต่ให้ได้อะไรมากขึ้น โดยใช้เงินน้อยลง ก็จะเพิ่มประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น แนวความคิดเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพสำหรับผู้บริหารได้พิจารณาโดยแยกเป็นประเด็นความคิดที่เกี่ยวข้องได้ 2 ประเด็นคือ ปัจจัยหลักที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและคุณลักษณะสำคัญของผู้ปฏิบัติงานที่จะมีส่วนเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงาน

## 2. ปัจจัยหลักที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพ

เอกชัย กี่สุขพันธ์ (2538) ได้กล่าวถึงปัจจัยหลัก (Factors) ที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพก็คือ COSTP ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1 วัฒนธรรมองค์การ (Corporate Culture) ในแต่ละองค์การหรือสถาบันต้องมีระเบียบประเพณี แนวคิดในการปฏิบัติงาน หรือการอยู่ร่วมกันที่แตกต่างกันไป ตามลักษณะของประเภทธุรกิจ หรือแม้กระทั่งตามความเป็นมาในอดีตดั้งเดิมขององค์การ หรือสถาบันนั้น ๆ วัฒนธรรมองค์การที่ดีควรมีส่วนช่วยเหลือลอมจิตใจ ความรู้สึกนึกคิดและพฤติกรรมของบุคคลในองค์การให้กระตือรือร้นในการทำงาน และคิดที่จะพัฒนางานหรือปรับปรุงงานของตนเองให้ดีขึ้นอยู่เสมอ การสร้างจิตสำนึกหรือปลูกฝังเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์การนี้ ควรเริ่มตั้งแต่การปฐมนิเทศ (orientation) พนักงานใหม่ และจะต้องมีการเสริมสร้างอย่างต่อเนื่อง ความเจริญก้าวหน้าของบุคคลขึ้นกับผลงาน ความสามารถ และความทุ่มเทให้กับองค์การ มิใช่ขึ้นกับคนของใคร เหล่านี้ล้วนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์การทั้งสิ้น

2.2 ระบบงาน (System) การบริหารงานต้องมีระบบงานที่เปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วม (participation) ในการบริหาร ทั้งนี้เพื่อให้ได้ความคิดที่หลากหลาย อันจะนำมาสู่

แนวทางในการปรับปรุงหรือเพิ่มประสิทธิภาพในงานได้ อาทิเช่น ระบบข้อเสนอแนะ (Suggestion system) ระบบคิวซี (QC Circles) เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันนี้ได้เกิดแนวคิดเกี่ยวกับระบบงานที่จะช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพในงานได้ โดยมีชื่อย่อว่า TQM (Total Quality Management) นอกจากนี้ระบบการพิจารณาความดีความชอบ การให้ผลตอบแทนตลอดจนสวัสดิการต่าง ๆ หรือผลประโยชน์ที่พนักงานควรได้รับจะต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงด้วย

**2.3 เทคโนโลยี (Technology)** เทคโนโลยีที่เกิดขึ้นในปัจจุบันล้วนมีส่วนช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพในงานด้านที่เกี่ยวข้องกับเวลา ความรวดเร็วและต้องถูกต้องทั้งสิ้น นอกจากนี้ยังมีผลกระทบต่อการใช้กำลังคนที่น้อยลงในการปฏิบัติงานด้วย ถึงแม้ว่าการลงทุนด้านงบประมาณอาจจะสูงแต่เมื่อเทียบกับภาพลักษณ์ (Image) ขององค์กรและผลในระยะยาวแล้วก็เป็นสิ่งที่ควรพิจารณาถึงเช่นกัน

**2.4 คน (People)** ปัจจัยหลักสำคัญมากที่สุด คือคน ในฐานะผู้ปฏิบัติงาน ไม่ว่าจะอยู่ในตำแหน่งผู้บริหาร หรือผู้ปฏิบัติงาน ย่อมมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพของงานทั้งสิ้น

ผู้บริหาร ความเป็นผู้นำ (Leadership) ของผู้บริหารหรือหัวหน้างาน มีอิทธิพลต่อความคิด และการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชาเป็นอย่างมาก ความสามารถในการนำมนุษย์สัมพันธ์ ตลอดจนเทคนิคในการจูงใจผู้ใต้บังคับบัญชา และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ใหม่ ๆ เป็นคุณลักษณะที่สำคัญไม่น้อยเลยทีเดียว ผู้ปฏิบัติงานในที่นี้หมายถึง ผู้ที่มีได้มีตำแหน่งในการบริหารงาน แต่มีหน้าที่เป็นผู้ปฏิบัติงาน หรือผู้ใต้บังคับบัญชาของผู้บริหาร เขาเหล่านี้ต้องมีทัศนคติต่อองค์กร ต่อผู้บริหารและต่อผู้ร่วมงาน ควรจะได้รับการพัฒนาส่งเสริมให้เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ จะต้องเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้พัฒนาความคิดของตนเองเกี่ยวกับการปฏิบัติงานอยู่ตลอดเวลา ความกระตือรือร้น และการเอาใจจริงเอาใจในการปฏิบัติงาน เป็นเรื่องที่ต้องปลูกฝังในตัวผู้ปฏิบัติด้วย

### 3. คุณลักษณะที่สำคัญของผู้ปฏิบัติ

ผู้ปฏิบัติงานทุกระดับไม่ว่าจะอยู่ในตำแหน่งหน้าที่การงานใดในองค์กร ควรจะมีลักษณะ ALERT จึงจะมีส่วนเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ให้เห็นผลจริงจึงได้ คุณลักษณะดังกล่าวนี้ ได้แก่

- A = Attitude มีทัศนคติที่ดีในการปฏิบัติงานโดยเฉพาะทัศนคติในเชิงบวก จะต้องมองงานหรือมองปัญหาในเชิงที่สร้างสรรค์
- L = Loyalty มีความจงรักภักดีต่อองค์กร
- E = Effort to improve มีความพยายามในการปรับปรุงงานอยู่อย่างสม่ำเสมอ
- R = Readiness มีความพร้อมในการปฏิบัติงานตามนโยบายขององค์กร

T = Team spirit มีน้ำใจทีม คือ มีความซื่อสัตย์และเต็มใจช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการปฏิบัติงานร่วมกับคนอื่น เพื่อเป้าหมายขององค์การ

กล่าวโดยสรุป ประสิทธิภาพขององค์การนั้น (Organization Efficiency) เป็นเกณฑ์การวัดการใช้ทรัพยากรทางการบริหาร เน้นสัดส่วนของการผลิตต่อปัจจัยนำเข้า เช่น การวัดอัตราผลตอบแทนของเงินทุนหรือทรัพย์สินที่ลงทุนไป ค่าใช้จ่ายต่อหน่วย เวลาที่ลดลง ค่าใช้จ่ายต่อคนใช้ หรือต่อลูกค้า ดังนั้น เกณฑ์ในการวัดประสิทธิภาพขององค์การที่ออกมาจะขึ้นกับลักษณะและเป้าหมายขององค์การนั้น แต่ถ้าองค์การด้านบริการ ปริมาณของลูกค้าต่อพนักงานจะเป็นค่าที่บ่งบอกประสิทธิภาพ โดยมีปัจจัยทางด้าน วัฒนธรรมองค์กร ระบบงาน เทคโนโลยีและคนในองค์การ จะมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพขององค์การ ทั้งนี้ คุณภาพการบริการนั้นจะต้องมีคุณภาพดี และความพึงพอใจในการรับบริการจะดีควบคู่กับการบริการนั้นด้วย

## 2.2.2 ประสิทธิภาพขององค์การ

### 1. ความหมายของประสิทธิผล

ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายของ ประสิทธิภาพ ไว้ดังนี้

พัชรา มั่งชม (2540 อ้างถึงใน ชำเลือง พุฒพรหม, 2545) ระบุว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง ความสามารถในการบรรลุวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน

เกรียงศักดิ์ เขียวยิ่ง (2542) ให้ความหมายของประสิทธิภาพ คือ เครื่องแสดงความสำเร็จของเป้าหมาย ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน

Stoner and Freeman (1992 อ้างถึงใน ชำเลือง พุฒพรหม, 2545) ประสิทธิภาพ หมายถึง ความสามารถในการกำหนดวัตถุประสงค์ได้อย่างเหมาะสมจึงทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำงานจนบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างง่ายดาย

Bovee et al. (1993 อ้างถึงใน ชำเลือง พุฒพรหม, 2545) ได้กล่าวว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง ความสามารถในการทำงานจนกระทั่งบรรลุเป้าหมายขององค์การ

กล่าวโดยสรุปแล้ว ประสิทธิภาพขององค์การ (Organization Effectiveness) คือ เป้าหมายสุดท้ายที่องค์การต้องการบรรลุเป้าหมาย โดยที่องค์การที่สามารถผสมผสานความต้องการของบุคคล หรือความต้องการของสมาชิกในองค์การ กับความต้องการหรือเป้าหมายขององค์การนั่นเอง เป็นความสำเร็จในการที่องค์การสามารถดำเนินการกำหนดและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

## 2. ลักษณะขององค์การที่มีประสิทธิผล

องค์การที่มีประสิทธิผล (Effective Organization) เป็นองค์การที่ถือว่ามีควมมั่นคง มีประสิทธิภาพและมีความเจริญงอกงาม นั้นหมายความว่า องค์การที่มีประสิทธิผลสามารถที่จะ บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล นักวิชาการจำนวนมากได้ พยายามศึกษาถึงการบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพขององค์การว่ามี ลักษณะอย่างไร มีองค์ประกอบใดขององค์การที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด นักวิชาการได้ พยายามค้นหาและได้เสนอองค์ประกอบหรือเครื่องมือที่สามารถทำให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดต่อ องค์การต่างกันไป ซึ่งเครื่องมือหรือตัวแปรบางตัวให้ความสำคัญในเรื่องการวางแผน แต่บาง ตัวให้ความสำคัญในเรื่องของผลผลิต หรือการปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อม ขวัญกำลังใจ ความ ยืดหยุ่น เพราะฉะนั้น ความมีประสิทธิภาพ จะขึ้นอยู่กับให้ความสำคัญของลักษณะองค์การว่ามี ลักษณะเช่นไร เช่น องค์การมีลักษณะของการค้ากำไร องค์การที่เป็นส่วนราชการซึ่งไม่สามารถ ประเมินผลได้ผลิตเป็นตัวเลขเหมือนเอกชนได้ ก็จะทำให้ความสำคัญกับความสามารถในการปรับตัว การผสมผสาน หรือการติดต่อสื่อสาร ฯลฯ ว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดประสิทธิผล

ลักษณะการปฏิบัติงานอย่างไร จึงจะเรียกได้ว่าก่อให้เกิดประสิทธิผลแก่องค์การ ซึ่ง ปรีดี พงศ์ เศรษฐรัฐสันต์ (2542 อ้างถึงใน สถิต ทิวพุดชา, 2546 ) ได้แสดงทัศนะไว้ว่า เกณฑ์ในการ วินิจฉัยขององค์การประสิทธิผล คือ ความร่วมมือช่วยกันทำงานโดยมุ่งสู่จุดหมายและความรู้สึก เป็นอิสระในการนำเสนอข้อคิดเห็นจากความรู้สึกของตนในการแก้ไขปัญหา การแก้ปัญหานั้นจะ เป็นการปฏิบัติที่มุ่งต่อผลอย่างแท้จริง และบรรยากาศการทำงานเป็นแบบให้ความร่วมมือ ช่วยเหลือเกื้อกูลเป็นไปอย่างอิสระเต็มที่ และไม่ถูกบังคับ

## 3. ลักษณะของการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิผล

ลักษณะการปฏิบัติงานที่เรียกได้ว่าก่อให้เกิดประสิทธิผลแก่องค์การ มนูญ วงศ์นารี (อ้าง ถึงใน ชำ เลื่อง พุฒพรหม, 2545) ได้แสดงทัศนะไว้ว่า เกณฑ์ในการวินิจฉัยขององค์การเกิด ประสิทธิภาพ คือ ความร่วมมือช่วยกันทำงานโดยมุ่งสู่จุดหมายและความรู้สึกเป็นอิสระในการเสนอ ข้อคิดเห็นจากความรู้สึกของตนในการแก้ปัญหา การแก้ปัญหานั้นจะเป็นการปฏิบัติที่มุ่งต่อผล อย่างแท้จริงและบรรยากาศการทำงานแบบให้ความร่วมมือ ช่วยเหลือเกื้อกูลไปอย่างอิสระเต็มที่ และไม่ถูกบังคับ สรุปลักษณะขององค์การที่มีประสิทธิผลต้องมีลักษณะดังนี้

1. มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในองค์การสามารถผสมผสานความต้องการของ สมาชิกได้เป็นอย่างดี
2. การปรับตัวขององค์การให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่ยืดหยุ่น
3. การปรับตัวขององค์การให้สอดคล้องกับสภาพทางสังคม



#### 4. มีผลผลิตที่สูงต่อองค์การ

#### 4. การวัดประสิทธิผลขององค์การ

นักวิชาการหลายท่านที่ได้ให้รายละเอียดของการวัดประสิทธิผลขององค์การไว้ดังนี้  
 รัชชัย สันติวงษ์ (2539) ได้ระบุถึง วิธีการวัดประสิทธิผลขององค์การว่า สามารถเลือกใช้  
 ได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้

วิธีที่ 1 โดยการวัดผลสำเร็จตามเป้าหมาย ซึ่งอาศัยหลักง่าย ๆ ที่ว่า ประสิทธิผลของ  
 องค์การควรที่จะได้มีการประเมินในแง่ของ การสามารถทำงานจนบรรลุเป้าหมายผลสำเร็จในขั้น  
 สุดท้ายได้จริงมากกว่า การทำอะไรเสร็จสิ้นไปเพียงบางอย่าง หรือบางขั้นตอนเท่านั้น ทั้งนี้แล้ว  
 จะต้องอยู่ภายใต้ข้อสมมติ ดังต่อไปนี้

1. องค์การจะต้องมีเป้าหมายสุดท้ายที่กำหนดไว้และต้องทำให้เสร็จ
2. เป้าหมายจะต้องระบุได้ชัดเจนและเข้าใจง่าย
3. เป้าหมายจะต้องมีจำนวนไม่มากนัก
4. เป้าหมายจะต้องเป็นที่ยอมรับของทุกฝ่าย
5. ต้องสามารถวัดความก้าวหน้าของผลงานที่จะมุ่งไปสู่เป้าหมายได้

วิธีที่ 2 โดยการวัดผลสำเร็จเชิงระบบ อธิบายได้ว่า องค์การ เป็นระบบที่ซึ่งมีการนำเอา  
 ปัจจัยนำเข้ามาจากภายนอกมาเข้าสู่กระบวนการแปรสภาพแล้วส่งเป็นผลผลิตออกมา ดังนั้นการวัด  
 ประสิทธิผลขององค์การจะมีอยู่ที่ขั้นสุดท้ายเมื่อการดำเนินการสิ้นสุดลง แต่อย่างไรก็ตาม การ  
 วัดผลสำเร็จเชิงระบบนี้ มีให้เลือก 3 วิธี ได้แก่

1. การใช้อัตราส่วนประสิทธิผลขององค์การ เป็นการเปรียบเทียบอัตราส่วนเพื่อพิจารณา  
 ความสัมพันธ์ระหว่างกันของส่วนประกอบต่าง ๆ ในระบบ อัตราส่วนเหล่านี้คือ 1) อัตราส่วนของ  
 ผลผลิตต่อสิ่งที่นำเข้า 2) อัตราส่วนของการแปรสภาพต่อสิ่งที่นำเข้า 3) อัตราส่วนของการแปร  
 สภาพต่อผลผลิต 4) อัตราส่วนของการเปลี่ยนแปลงในสิ่งที่นำเข้าต่อสิ่งที่นำเข้า

2. การวิเคราะห์จากยอดขายและปัจจัยด้านบุคคล เป็นการพยายามวัดประสิทธิผลของ  
 องค์การโดยการวิเคราะห์จากปัจจัยด้านบุคคล ที่ซึ่งจะมีผลไปถึงยอดขายหรือปริมาณธุรกิจที่  
 เพิ่มพูนขึ้นมาได้

3. การตรวจสอบการบริหาร เป็นการวิเคราะห์ถึงกิจกรรมสำคัญขององค์การธุรกิจ  
 เปรียบเทียบทั้งอดีต ปัจจุบันและอนาคต ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความแน่ใจว่า องค์การจะสามารถได้รับ  
 ผลจากการทำงานจากการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อย่างเต็มที่ อนึ่งแล้วกิจกรรมสำคัญที่ต้องทำการ  
 ประเมิน ได้แก่ ความเหมาะสมของหน้าที่ทางเศรษฐกิจขององค์การ โครงสร้างองค์การ ความ  
 มั่นคงในการทำกำไร บริการที่ให้กับผู้อื่นถือหุ้น การวิจัยและพัฒนาความพร้อมของคณะกรรมการ

ผ่านนโยบายทางการเงิน ประสิทธิภาพทางการผลิต การเติบโตของยอดขายและความพร้อมของเจ้าหน้าที่ระดับบริหาร

วิธีที่ 3 โดยการวัดผลสำเร็จจากการใช้กลยุทธ์ตามสภาพแวดล้อมเฉพาะส่วน อธิบายได้ว่า เนื่องจากองค์การต้องเผชิญกับความต้องการของกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงและแข่งขันกันตลอดเวลา โดยที่ความสำคัญของกลุ่มผลประโยชน์ก็มีแตกต่างกันไปด้วย ดังนั้นประสิทธิผลจะเกิดขึ้นได้ ก็อยู่ที่ความสามารถขององค์การ ในการที่จะพิจารณาให้ทราบถึงกลุ่มผลประโยชน์ที่มีความสำคัญอย่างถูกต้อง ตรงตามลำดับความสำคัญ พร้อมกับสามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผลประโยชน์เหล่านั้นได้ตรงกัน

สุพัตรา สุภาพ (2540) ได้อธิบายถึง วิธีการวัดประสิทธิผลขององค์การว่ามีใช้กันอยู่หลายวิธี ดังนี้

วิธีที่ 1 โดยการพิจารณาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ความสำเร็จที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานกับความสำเร็จที่ผู้วางแผนคาดว่าจะได้รับ ดังนั้น อัตราส่วนของการศึกษาสภาพการณ์ที่ได้จากการประเมินผลการปฏิบัติงานของแผนลบลด้วยสภาพการณ์ที่เป็นอยู่เดิม ก่อนที่จำแนกไปใช้ เปรียบเทียบกับการศึกษาสภาพการณ์ตามวัตถุประสงค์ของแผนลบลด้วยสภาพการณ์ที่เป็นอยู่เดิมก่อนที่จะนำแผนไปใช้ หากมีค่าสูงย่อมถือว่า มีประสิทธิผลสูงด้วย

วิธีที่ 2 โดยการพิจารณาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปริมาณทรัพยากรที่กำหนดว่าจะต้องใช้ในแผนกับปริมาณทรัพยากรที่ใช้ไปจริงในการปฏิบัติตามแผน ดังนั้น อัตราส่วนของทรัพยากรที่ใช้ไปจริงเปรียบเทียบกับทรัพยากรที่กำหนดไว้ในแผน หากมีค่าสูงย่อมถือว่า มีประสิทธิผลสูงด้วย

วิธีที่ 3 โดยการพิจารณาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณของทรัพยากรที่กำหนดไว้ในแผนกิจกรรมที่ทำได้จริงในการปฏิบัติตามแผน ดังนั้น อัตราส่วนของกิจกรรมที่ทำได้จริง เปรียบเทียบกับกิจกรรมที่กำหนดไว้ในแผน หากมีค่าสูงย่อมถือว่า มีประสิทธิผลสูงด้วย

โดยสรุป การวัดประสิทธิผลขององค์การนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับความต้องการหรือเหตุผลของผู้บริหารเป็นหลัก แต่ส่วนใหญ่แล้วมักจะใช้วิธีการวัดผลสำเร็จจากการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การเท่านั้น อนึ่ง การวัดผลสำเร็จจากการใช้กลยุทธ์ตามสภาพแวดล้อมเฉพาะส่วนนี้ ผู้บริหารต่างมีเป้าหมายหลายประการที่ต้องทำพร้อมกัน โดยทำการคัดเลือกเป้าหมายต่าง ๆ เหล่านี้ขึ้นมาจากกลุ่มผลประโยชน์ที่ซึ่งมีอำนาจในการควบคุมทรัพยากร

ดังนั้น ประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์การนั้น สรุปได้ว่า ประสิทธิภาพขององค์การ (Organization Efficiency) เป็นเกณฑ์การวัดการใช้ทรัพยากรทางการบริหาร เน้นสัดส่วนของการผลิตต่อปัจจัยนำเข้า เช่น การวัดอัตราผลตอบแทนของเงินทุนหรือทรัพย์สินที่ลงทุนไป ค่าใช้จ่ายต่อหน่วย เวลาที่ลดลง ค่าใช้จ่ายต่อคนใช้ หรือต่อลูกค้า ดังนั้นเกณฑ์ในการวัด

ประสิทธิภาพขององค์การที่ออกมาจะขึ้นกับลักษณะและเป้าหมายขององค์การนั้น เช่น ธนาคารจะวัดประสิทธิภาพทางการเงิน การขายสินเชื่อและดูแลลูกค้าต่อพนักงาน แต่ถ้าองค์การด้านบริการปริมาณลูกค้าต่อพนักงานจะเป็นค่าที่บอกประสิทธิภาพ โดยมีปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมองค์การ ระบบงาน เทคโนโลยีและคนในองค์การ จะมีผลต่อการประสิทธิภาพขององค์การทั้งนี้ คุณภาพการบริการนั้นจะต้องมีคุณภาพดีและความพึงพอใจในการรับบริการก็มีความคู่กับการบริการนั้นด้วย ขณะที่ประสิทธิผล (Organization Effectiveness) เป็นความสำเร็จในการที่องค์การสามารถดำเนินการก้าวหน้าและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ หน่วยงานที่บริการจำเป็นต้องมีการบริหารที่ต้องเน้นคุณภาพและความพึงพอใจดังนั้น จำต้องมีการบริหารเชิงคุณภาพที่มีเกณฑ์กำหนดสู่การเป็นองค์การที่มีคุณภาพ

## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

### 2.3.1 นิยาม และวิธีวัดความพึงพอใจ

#### 1. นิยามของความพึงพอใจ

เมื่อกล่าวถึงการวัดความพึงพอใจ สิ่งแรกที่ควรเข้าใจ คือ ความหมายของลูกค้าหรือในที่นี้คือผู้มาใช้บริการ โดยที่ปราชญ์ที่มีชื่อเสียงท่านหนึ่งคือ มหาตมะ คานธี ได้ให้ความหมายของลูกค้า ไว้อย่างน่าประทับใจดังนี้ "ลูกค้า คือ แขนงคนสำคัญที่สุดที่ได้มาเยือนเรา ณ สถานที่แห่งนี้ เขามีได้มาเพื่อพึ่งพิงเรา แต่เราต่างหากที่ต้องพึ่งพาอาศัยเขา"

จากการรวบรวมนิยามของความพึงพอใจแล้ว Yi (1990) แบ่งนิยามของความพึงพอใจออกเป็น 2 ประเภท โดยความแตกต่างของนิยามทั้งสองนี้ คือ การมองคนละมุม นิยามหนึ่งได้มองความพึงพอใจว่าเป็นผลที่เกิดจากประสบการณ์การบริโภคสินค้า อีกนิยามหนึ่งมองความพึงพอใจเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นขณะบริโภคสินค้า

แนวคิดที่มองความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดจากการบริโภคสินค้า ได้ถูกมองไปหลายรูปแบบ เช่น การมองว่าเป็นความรู้สึกทางปัญญาว่าเพียงพอหรือไม่เพียงพอเมื่อเปรียบเทียบการลงทุนลงแรงของผู้บริโภค (Howard, Sheth, 1969 อ้างถึงใน Yi, 1990) เป็นการประเมินโครงสร้างทางปัญญาที่เกิดหลังจากการบริโภค (Linder-Pelz, 1982) เป็นการตอบสนองทางอารมณ์ต่อการบริโภค (Good, 1973 อ้างถึงใน ราณี เชาวน์ปรีชา, 2538; Westbrook, Reilly, 1983) เป็นภาวะทางจิตใจที่เกิดหลังจากความคาดหวังจากการบริโภคไม่ได้รับการตอบสนอง (Oliver, 1981)

อีกแนวคิดหนึ่ง มองความพึงพอใจเกิดจากกระบวนการที่เกิดขึ้นระหว่างได้รับประสบการณ์การบริโภคสินค้า นิยามรูปแบบนี้ถูกมองแตกต่างกัน เช่น เป็นการตอบสนองความ

ต้องการพื้นฐานของมนุษย์ทั้งทางร่างกายและจิตใจ รวมถึงการตอบสนองตามความคาดหวังที่ตั้งเอาไว้ (สุภาวดี จิระชีวะนันท์, 2545) เป็นการเปรียบเทียบกันระหว่างประสบการณ์ที่ได้รับ และมาตรฐานภายในใจของผู้บริโภค (Pascoe, 1983) เป็นการรับรู้ความแตกต่างที่เกิดขึ้นระหว่างประสบการณ์กับมาตรฐานภายในใจ (Tse and Wilton, 1988)

Yi (1990) แสดงทัศนคติว่า นิยามที่มองความพึงพอใจเป็นกระบวนการจะมีประโยชน์มากกว่า เนื่องจากได้มองประสบการณ์การบริโภคสินค้าทั้งกระบวนการ และทำให้สามารถรู้ถึงองค์ประกอบภายในของความพึงพอใจได้

ความพึงพอใจยังแบ่งได้ตามระดับของเป้าหมายในการวัด เป้าหมายในการวัดสามารถแบ่งได้อย่างง่ายๆ เป็น 2 ส่วนด้วยกัน (Pascoe, 1983; Jones, Suh, 2000) คือ ระดับมหภาค (Macro) หรือความพึงพอใจแบบภาพรวม (Overall Satisfaction) เป็นความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการนั้น โดยภาพรวม และระดับจุลภาค (Micro) หรือความพึงพอใจแบบจำเพาะในการแลกเปลี่ยน (Transaction-specific satisfaction) เป็นความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการนั้น ในประสบการณ์การบริโภคครั้งใดครั้งหนึ่ง เป้าหมายในการวัดแต่ละรูปแบบมีประโยชน์แตกต่างกัน การวัดแบบจุลภาค จะช่วยให้ชี้ชัดลงไปถึงความพึงพอใจในขณะใดขณะหนึ่ง หลังจากได้รับประสบการณ์ทันที แต่ความพึงพอใจแบบภาพรวมจะวัดได้กว้างกว่า ไม่เจาะจงลงไปเฉพาะประสบการณ์ที่ได้รับล่าสุดอย่างเดียว แต่มองถึงประสบการณ์ในอดีตด้วย

## 2. วิธีการวัดความพึงพอใจ

วิธีในการสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภค แบ่งได้อย่างง่ายเป็น 2 วิธีด้วยกัน (Yi, 1990) คือ วิธีทางตรง เป็นการวัดความพึงพอใจโดยตรงเกี่ยวกับเป้าหมายที่ต้องการวัดความพึงพอใจ อีกวิธีหนึ่งเป็นวิธีการทางอ้อม ไม่ได้วัดความพึงพอใจโดยตรง

ถวิลย์ ธาราโรจน์ (2536) ได้กล่าวถึงการวัดความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ในการวัดความรู้สึกหรือการวัดทัศนคตินั้นจะวัดออกมาในลักษณะของทิศทาง ซึ่งมีอยู่ 2 ทิศทางคือ ทางบวก หรือทางลบ ทางบวก หมายถึง การประเมินค่าของการรับรู้ การรู้สึก และการกระทำไปในทางที่ดี ชอบพอใจ ส่วนทางลบ จะเป็นการประเมินค่าของการรับรู้ การรู้สึก และการกระทำไปในทางที่ไม่ดี ไม่ชอบไม่พอใจ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1 วิธีการทางตรง เป็นการวัดซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อวัดความพึงพอใจโดยตรงเลย ต่างกับวิธีการวัดทางอ้อม ที่จะวัดสิ่งอื่น แล้วจะอนุมานว่าการวัดนั้นวัดความพึงพอใจด้วย แต่ข้อเสียหลักของวิธีการวัดทางตรงคือ การวัดนี้จะได้รับผลกระทบต่อวิธีการวัดโดยตรง นั่นคือ หากใช้วิธีการวัดที่แตกต่างกัน อาจส่งผลให้ระดับความพึงพอใจที่ได้ออกมาแตกต่างกัน และยังมีปัญหาอื่นๆ เช่น อคติจากผู้ไม่ตอบคำถาม อคติจากการตีความของข้อมูล อคติจากการสุ่ม เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากประโยชน์จากการวัดที่ตรงไปตรงมานี้ ยังทำให้วิธีการนี้เป็นที่นิยม วิธีการวัดความพึงพอใจทางตรงที่นิยมใช้กันมากมีอยู่ 2 วิธีด้วยกัน (Hill, 1997) คือ การสร้างแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์

1) การสร้างแบบสอบถาม วิธีการนี้มีประโยชน์ที่ราคาถูก เพราะไม่ต้องเสียเวลาจากการสัมภาษณ์ ไม่ต้องใช้ผู้สัมภาษณ์ ไม่ต้องฝึกผู้สัมภาษณ์ ทำให้ลดค่าใช้จ่ายได้มาก ส่งผลทำให้ไม่มีอคติ นอกจากนี้ยังไม่ล่วงล้ำผู้ตอบและอาจจะไม่จำเป็นต้องรู้ชื่อของผู้ตอบ (Anonymity) สามารถแจกจ่ายได้หลากหลายรูปแบบ ทั้งทางแบบไปรษณีย์ ทาง e-mail หรืออาจจะส่งกับผู้บริหารโดยตรงเลยก็ได้ นอกจากนี้ระยะทางในการเข้าหาลูกค้าไม่ได้เป็นอุปสรรคมากนัก ผิดกับเทคนิคบางอย่าง เช่น การสัมภาษณ์เชิงกลุ่ม ที่ต้องการคนมาคุยกันหลายๆ คน ทำให้คนที่อยู่ไกลๆ ลำบาก และอาจจะทำให้เก็บข้อมูลหลังจากการบริโภคของผู้บริโภคได้ทันที เช่น การสอบถามความพึงพอใจต่อการรับบริการใดบริการหนึ่งทันที หรือผู้ผลิตที่มีระยะห่างจากผู้บริโภคมากๆ ก็ยังใช้แบบสอบถามในการวัดความพึงพอใจของลูกค้าได้

อย่างไรก็ตาม ก็วัดด้วยแบบสอบถามก็มีข้อเสียหลายประการ ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพของเครื่องมืออย่างมาก เช่น คำถามจำเป็นต้องเข้าใจง่าย ทำให้ถามอะไรที่ซับซ้อนไม่ได้ แบบสอบถามเหล่านี้ได้รับผลกระทบจากอัตราการส่งกลับ (Response rate) ของผู้ตอบแบบสอบถาม ถ้าน้อยทำให้อาจจะไม่สามารถสะท้อนประชากรที่ต้องการ ซึ่งจะกล่าวถึงในเรื่องอดีตต่อไป บางครั้งผู้ตอบอาจจะทำแบบสอบถามไม่ครบ ทำให้ได้ข้อมูลไม่ครบถ้วน หรืออาจทำให้ข้อมูลผิดพลาดจากการรีบเร่งของผู้ตอบ

การใช้มาตรวัดในแบบสอบถามนั้น การกำหนดมาตรวัดมีความสำคัญมาก โดยนพมาศธีรเวคิน (2533) และ พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2540) ได้กล่าวถึงสเกลที่ใช้วัดทัศนคติที่เก่าแก่ที่สุดคือวิธีของเทอร์สตัน จะกำหนดช่วงความรู้สึกของคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็น 11 ช่วง จากน้อยที่สุดจนถึงมากที่สุด แต่ละช่วงมีระยะห่างเท่า ๆ กัน ข้อความที่บรรจุลงในมาตรวัดจะต้องนำไปให้กลุ่มบุคคลเป็นผู้ตัดสินใจ พิจารณาว่าควรอยู่ในตำแหน่งใดของมาตรา ซึ่งปัจจุบันไม่นิยมใช้แล้ว ส่วนวิธีของ Likert scale กำหนดช่วงความรู้สึกของคนออกเป็น 5 ช่วง หรือ 5 ระดับ โดยรวบรวมประเด็นต่าง ๆ เป็นข้อความที่บรรจุในมาตรวัดประกอบด้วยข้อความที่แสดงความรู้สึกต่อแต่ละเรื่องหรือต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งทั้งในทางที่ดี (ทางบวก) และทางที่ไม่ดี (ทางลบ) และมีจำนวนพอ ๆ กัน ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้มากที่สุด วิธีของออสกูด เป็นสเกลใช้คำคุณศัพท์มาอธิบายความหมายของสิ่งเร้า โดยมีคำคุณศัพท์ตรงข้ามเป็นขั้วของมาตราวัด เช่น ดี-ชั่ว หนัก-เบา ช้า-เร็ว เป็นต้น

มาตราส่วนประเมินค่า จะเป็นสเกลที่นิยมใช้กันมากให้ผู้ตอบได้พิจารณาคำตอบว่า คำตอบนั้น ๆ มีน้ำหนักหรือมีระดับอยู่ในเกณฑ์ขนาดไหน โดยอาจจะเขียนไว้ท้ายข้อความ คือมากที่สุด - มาก - ปานกลาง - น้อย - น้อยที่สุด หรือกำหนดไว้ด้วยตัวเลขแทนข้อความคือ มาก

ที่สุด เท่ากับ 5 มาก เท่ากับ 4 ปานกลาง เท่ากับ 3 น้อย เท่ากับ 2 น้อยที่สุด เท่ากับ 1 หรือใช้เส้น  
แทนภาพโดยมีข้อความหรือตัวเลขประกอบได้เส้นภาพ หรืออาจจะใช้วิธีกำหนดค่าประจำข้อ คือ  
เห็นด้วยกับข้อนั้น ๆ ได้คะแนนเท่าไร โดยข้อความนั้น ๆ ได้เคยใช้ และหาค่ามัธยฐานประจำข้อมา  
ก่อน (สุภาพ วาดเขียน, 2525)

Nguyen Thi et al. (1997) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยใน ต่อ  
การบริการโรงพยาบาลมหาวิทยาลัยทางตะวันตกเฉียงเหนือของประเทศฝรั่งเศส โดยได้ออกแบบ  
เครื่องมือวัดความพึงพอใจแบบคะแนนเป็น 5 ช่วง ลิเคอร์ทสเกล คือ ต่ำกว่า 20 20 – 39 40 – 59  
60 – 79 80 – 100

Single et al. (1996) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยที่สถานบริการสาธารณสุข ใน  
Trinidad และ Tabago แบบสอบถามความรู้สึกทั่ว ๆ ไปเกี่ยวกับบริการที่ได้รับ เช่น ความ  
สะดวกสบาย ความน่าเชื่อถือ มั่นใจ และความคิดเห็น เกี่ยวกับการบริการทางการแพทย์ ใช้  
ลิเคอร์ทสเกล 5 ช่วงของความพึงพอใจ คือ พึงพอใจมากที่สุด ถึงไม่พึงพอใจมากที่สุด และเพิ่มอีก  
1 สเกลคำว่า ไม่ทราบ เป็น 6 สเกล

2) การสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์ได้ถูกแบ่งแยกย่อยตามเทคนิคการสัมภาษณ์อีก  
มากมาย ทั้งแบ่งแยกตามจำนวนผู้ถูกสัมภาษณ์ในแต่ละครั้ง เวลาที่ใช้ เทคโนโลยีที่ใช้ประกอบ  
เป็นต้น Hill (1997) ได้รวบรวมวิธีการสัมภาษณ์ไว้ดังต่อไปนี้

(2.1) การสัมภาษณ์ส่วนตัว (Personal Interviews) การสัมภาษณ์ส่วนตัวจะเกิดขึ้น  
ตามท้องถนนทั่วไป สัมภาษณ์ตามบ้าน หรืออาจจะเป็นสถานที่ที่ซื้อขายจริง การสัมภาษณ์แบบนี้  
มักใช้เวลาไม่นาน มักจะเวลาไม่เกิน 15 นาที ข้อมูลมักจะใช้ในการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ทำให้ใช้  
กลุ่มตัวอย่างค่อนข้างเยอะ เนื่องจากการสัมภาษณ์เป็นการพบกันตัวต่อตัวทำให้มีข้อดีในการ  
อธิบายข้อคำถามหรือรายละเอียดในการสัมภาษณ์ได้มาก ผู้สัมภาษณ์ยังสามารถสังเกต  
อาการปฏิกิริยาท่าทางได้ สามารถใช้อุปกรณ์ต่างๆ ในการสัมภาษณ์ได้ เช่น ภาพ เสียง แต่ทว่าข้อเสีย  
ของการสัมภาษณ์ คือ ค่าใช้จ่ายสูง โดยเฉพาะถ้าเกิดต้องสัมภาษณ์ในสถานที่ไกลๆ ค่าใช้จ่ายยิ่ง  
สูง ต้องอาศัยผู้สัมภาษณ์ที่มีการฝึกฝนที่ดี ไม่สามารถถามคำถามที่เป็นส่วนตัวมากๆ เหมือนการ  
สัมภาษณ์เชิงลึกได้ เพราะยังไม่สามารถสร้างความสัมพันธ์ได้ดีเพียงพอในระยะเวลานั้นๆ และมี  
ปัญหาเรื่องร้อยละการตอบกลับ การสัมภาษณ์เฉพาะผู้ที่อนุญาตให้สัมภาษณ์เท่านั้นอาจเกิด  
อคติได้

(2.2) การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Telephone Interviews) เป็นวิธีการที่ยืดหยุ่นจาก  
การสัมภาษณ์แบบส่วนตัว คือ ช่วยลดค่าใช้จ่ายได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเดินทาง เสียเวลาการ  
รอคอยการเปลี่ยนสัมภาษณ์คนต่อไปน้อย สามารถสื่อสารอธิบายได้สองทางเมื่อเปรียบเทียบกับ  
การสร้างแบบสอบถาม แต่ข้อเสีย คือ คำถามต้องสั้น กระชับ ไม่ต้องอธิบายมาก เพราะการสื่อสาร

ให้เข้าใจยากกว่าการสัมภาษณ์แบบส่วนตัว นอกจากนี้ ต้องใช้ระยะเวลาไม่มาก เพราะความสนใจของผู้บริโภคในการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์มีจำกัด และปัญหาที่ใหญ่ที่สุดของการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ คือ เรื่องกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างบางประเภทไม่สามารถสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ได้ เช่น กลุ่มทำงานนอกบ้าน ถ้าเกิดโทรไปหาตอนเย็นจะเป็นการรบกวนลูกค้ามาก เนื่องจากเป็นเวลาที่พักผ่อนของลูกค้า และจะทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ

(2.3) การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interviews) เป็นวิธีในการหาข้อมูลเชิงลึกผ่านการสัมภาษณ์ จะเป็นการกระตุ้นให้ผู้ถูกสัมภาษณ์แสดงความคิด ความเชื่อ เจตคติที่ยากจะอธิบายได้ ทำให้ได้ข้อมูลที่บางครั้งผู้วิจัยไม่ได้คาดหวังว่าจะได้รับ ได้ความรู้ใหม่ๆ เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของตนเอง รู้ปัจจัยต่างๆ ที่อาจส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ทำให้เข้าใจถึงกระบวนการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้า ทำให้เข้าใจลูกค้าแต่ละคนได้มากกว่าการสัมภาษณ์ส่วนตัว การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ หรือการใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์แบบนี้ต้องใช้ระยะเวลามาก บางครั้งถึงสองชั่วโมง ทำให้เก็บข้อมูลได้ไม่มาก ดังนั้น ต้องระบุกลุ่มตัวอย่างให้ชัดเจนว่าต้องการกลุ่มตัวอย่างประเภทอะไร เช่น ลูกค้าปัจจุบัน ลูกค้าในอนาคต (หรือกลุ่มเป้าหมายในการทำการตลาด) ผู้เชี่ยวชาญ หรือผ่านการสุ่ม นอกจากนี้ต้องดูลักษณะของผู้ถูกสัมภาษณ์เช่น อายุเท่าไร เพศอะไร สถานะทางสังคมเศรษฐกิจเป็นอย่างไร ใช้สินค้าหรือบริการนั้นอย่างไร มีวิถีชีวิตอย่างไร และอื่นๆ ข้อดีของวิธีการนี้อย่างที่กล่าวไปข้างต้น คือ ได้รายละเอียดมาก อาจได้รายละเอียดที่ผู้สัมภาษณ์ไม่ทราบ แต่ข้อเสียของการสัมภาษณ์เชิงลึก คือ ใช้เวลามาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าใช้เครื่องบันทึกเสียง การนำข้อมูลออกจากเครื่องบันทึกเสียงเสียเวลามาก ค่าใช้จ่ายสูงมาก อาจได้กลุ่มตัวอย่างไม่เป็นตัวแทนประชากร

(2.4) การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus group) การสัมภาษณ์แบบนี้มักจะใช้กับผู้บริโภคแบบรายบุคคลมากกว่าผู้บริโภคแบบเชิงธุรกิจ จะประกอบด้วยผู้ถูกสัมภาษณ์ประมาณ 6-8 คน เทคนิคนี้ทำให้ได้รายละเอียดเชิงลึกเหมือนกับการสัมภาษณ์เชิงลึก แต่ส่วนที่ดีกว่าการสัมภาษณ์เชิงลึก คือ ทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์แต่ละคนได้แนวคิดจากผู้ถูกสัมภาษณ์คนอื่นด้วย เป็นการกระตุ้นสิ่งที่ยังไม่ได้กล่าวถึง ช่วยให้จำได้ (Recognize) ด้วย วิธีนี้ช่วยลดระยะเวลาในการสัมภาษณ์หลายๆ คนได้ แต่ว่าข้อเสียของการสัมภาษณ์แบบกลุ่มคือการนัดเวลาผู้ถูกสัมภาษณ์หลายๆ คนให้ตรงกัน รวมถึงการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างให้ตรงตามคุณสมบัติที่ต้องการเป็นสิ่งที่ยากหลายๆ ครั้งผู้ถูกสัมภาษณ์มักจะขอถอนตัวก่อนการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม ซึ่งอาจต้องนัดนะมากกว่าปริมาณที่ต้องการ 2-3 เท่า ลักษณะของผู้ถูกสัมภาษณ์มักจะทำให้อ้างอิงกับกลุ่มลูกค้าในประชากรให้มากที่สุด ทำให้การคัดเลือกเป็นสิ่งที่ยาก

Hill (1997) ได้จัดการสัมภาษณ์ส่วนตัว การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ และการสร้างแบบสอบถามไว้ในกลุ่มเดียวกัน แล้วตั้งชื่อว่า ทางเลือกโดยการสำรวจ (Survey Options)

เนื่องจากจะใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณเป็นหลัก ขณะที่นำการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสัมภาษณ์แบบกลุ่มไว้ด้วยกัน แล้วตั้งชื่อว่า การวิจัยเชิงอธิบาย (Exploratory Research) เนื่องจากเป็นการสัมภาษณ์เพื่อถามรายละเอียดเชิงลึก

2.2 วิธีการทางอ้อม เช่น จำนวนคำร้องเรียนของลูกค้า การซื้อซ้ำของลูกค้า เป็นข้อมูลที่มีข้อสมมติฐานเบื้องต้นว่า ถ้าลูกค้าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจแตกต่างกัน จะส่งผลกระทบต่อตัวชี้วัดเหล่านี้ จะเห็นว่าวิธีการนี้ไม่ได้เป็นการวัดความพึงพอใจโดยตรง ด้วยเหตุที่ไม่ได้เป็นการวัดความพึงพอใจโดยตรงนี้ ทำให้เกิดมีผลจากปัจจัยอื่นมาปนต่อตัวชี้วัดเหล่านี้ ไม่ใช่แค่เพียงความพึงพอใจเพียงอย่างเดียว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เรื่องคำร้องเรียนของลูกค้า ถึงแม้ว่าลูกค้าจะไม่พึงพอใจเหมือนกัน แต่บางคนก็จะร้องเรียน แต่บางคนเลือกที่จะไม่ร้องเรียน อย่างไรก็ตามวิธีการทางอ้อม ก็มีข้อดี ที่เป็นการวัดเชิงปรนัย ค่าของตัวเลขที่ได้ ไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปตามวิธีของการวัด (Reactivity; Demand characteristics of measurement) และไม่ได้รบกวนลูกค้าด้วย (Unobtrusive)

### 2.3.2 เป้าหมายของความพึงพอใจ

เป้าหมายในการวัดความพึงพอใจสามารถแบ่งได้เป็น 2 แบบ คือการวัดแบบจุลภาค และการวัดแบบมหภาค Wares (1981 อ้างถึง Pascoe, 1983) เสนอแนวคิดที่ว่า ความพึงพอใจแบบจุลภาคและมหภาคสามารถพูดได้อีกรูปแบบหนึ่งว่า เป็นความพึงพอใจแบบทางตรงและทางอ้อม ตามลำดับ โดย Wares เชื่อว่าถึงแม้การวัดความพึงพอใจแบบมหภาคจะไม่สะท้อนถึงประสบการณ์ที่เพิ่งได้รับมาโดยตรง แต่ก็สะท้อนอยู่ในระดับหนึ่ง

มีงานวิจัยที่สนใจว่าการวัดแบบจุลภาคและการวัดแบบมหภาควัดในสิ่งเดียวกันหรือไม่ จากหลักฐาน พบว่า การประเมินความพึงพอใจจากการรับบริการของผู้บริโภค เปรียบเทียบระหว่างการประเมินแบบจุลภาค และการประเมินระดับมหภาคแล้ว พบว่าผู้บริโภคจะประเมินในแบบวัดระดับจุลภาค มีความพึงพอใจมากกว่าการประเมินความพึงพอใจระดับมหภาค (Andersen, Kravits, Anderson, 1971; Strickland, 1972; Rivkin and Bush, 1974; Ware, Snyder, and Wright, 1977 อ้างถึงใน Pascoe, 1983) และพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจทางตรงหรือแบบจุลภาคและทางอ้อมหรือแบบมหภาคไม่สูงมากนัก (Gutek, 1978 อ้างถึงใน Pascoe, 1983) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจทางตรงและทางอ้อมอาจจะวัดโครงสร้างต่างกัน ด้วยเหตุนี้ก่อนการวัดความพึงพอใจ ต้องคำนึงถึงว่าเป้าหมายของการวัดเป็นการวัดแบบมหภาคหรือจุลภาค



### 2.3.3 องค์ประกอบของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจมีแนวคิดแบ่งออกเป็น 2 แนวคิดด้วยกัน คือ ความพึงพอใจมีองค์ประกอบเดียว คือ ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจเป็นองค์ประกอบเดียวกัน (Larsen et al., 1979) และความพึงพอใจมีหลายองค์ประกอบ เช่น แนวคิดทฤษฎีองค์ประกอบคู่ (Dual factor theory) กล่าวว่าความพึงพอใจ และความไม่พึงพอใจเป็นคนละองค์ประกอบกัน ซึ่งเหตุที่ทำให้เกิดความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจแตกต่างกัน Swan และ Combs (1976) ได้ปรับปรุงทฤษฎีนี้ โดยตั้งเป้าหมาย คือ เป้าหมายปกติ (Instrumental performance) และเป้าหมายประทับใจ (Expressive performance) เป้าหมายปกติ หมายถึง เป้าหมายด้านกายภาพของผลิตภัณฑ์ซึ่งนำไปสู่เป้าหมายของผลิตภัณฑ์ ส่วนเป้าหมายประทับใจ หมายถึง เป้าหมายเชิงจิตใจ ผลลัพธ์ปกติไม่ถึงระดับความคาดหวังของผู้บริโภคทำให้ไม่พึงพอใจ แต่ผลลัพธ์ปกติที่ถึงระดับไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจ แต่เป้าหมายประทับใจที่ดีจะส่งผลให้ผู้บริโภคพึงพอใจ

ความพึงพอใจอาจแบ่งเป็นองค์ประกอบต่างๆ ผ่านการจัดองค์ประกอบของคุณสมบัติที่ให้ประเมินความพึงพอใจ Dutka (1994) ได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่า คุณสมบัติเหล่านี้ นำมาจากคุณสมบัติโดยทั่วไปของการบริโภค (Universal performance attributes) เช่น ราคา คุณภาพ การออกแบบ การส่งของ เป็นต้น หรืออาจนำมาจากคุณสมบัติเฉพาะภายในธุรกิจ (Business-specific performance attributes) เช่น ร้านอาหารจะมีด้านความสะอาดของสินค้า ร้านซ่อมบำรุงจะมีด้านเวลาซ่อม เป็นต้น คุณสมบัติเหล่านี้ ถ้านำมาวิเคราะห์องค์ประกอบแล้ว จะทำให้ได้ องค์ประกอบของความพึงพอใจของเป้าหมายต่างๆ เช่น ตัวอย่างของ Dutka (1994) ได้จัดองค์ประกอบของด้านต่างๆ ในความพึงพอใจของบริษัทอุตสาหกรรมเคมี พบว่าแบ่งได้ตามผลิตภัณฑ์ของสินค้า หรือตัวอย่างของสันทัด พรประเสริฐมานิต (2548) ได้จัดองค์ประกอบของการบริการในโรงพยาบาลบำบัดยาเสพติด เป็น 4 องค์ประกอบ คือ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านคุณภาพการบำบัดและการบริการ และด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ป่วย

Spreng, MacKenzie และ Olshavsky (1996) ได้เสนอแนวคิดว่าความพึงพอใจไม่ได้มีเพียงแต่ความพึงพอใจต่อลักษณะของสินค้าหรือบริการ (Attribute satisfaction) เพียงอย่างเดียว แต่ยังมีความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ (Information satisfaction) ผ่านทางสื่อต่างๆ ความพึงพอใจนี้เป็นผลเกิดจากความคาดหวัง ความต้องการ หรือผลงานที่รับรู้เช่นเดียวกับกับความพึงพอใจของสินค้าหรือบริการ และทั้งความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการ และความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารมีผลในการทำนายความพึงพอใจแบบภาพรวม (Overall Satisfaction) เช่นเดียวกัน

### 2.3.4 กระบวนการการเกิดความพึงพอใจ

ตามนิยามของความพึงพอใจโดยส่วนใหญ่จะเป็นการเปรียบเทียบระหว่างประสบการณ์ที่ได้รับและมาตรฐานภายในใจ พบว่า ความคาดหวัง (Expectation) ส่งผลต่อความพึงพอใจ (Johnson, Anderson, Fornell, 1995) ทฤษฎีส่วนใหญ่กล่าวไว้ว่าการที่ความคาดหวังและประสบการณ์ที่ได้รับหรือผลลัพธ์ (Performance) สอดคล้องกันหรือไม่สอดคล้องกัน (Confirmation-Disconfirmation) ส่งผลต่อความพึงพอใจแตกต่างกัน

ผลลัพธ์ที่ใช้ในการเปรียบเทียบกับความคาดหวังแบ่งได้เป็น 2 แบบ คือ ผลลัพธ์จริง (Objective performance) คือ ผลของสินค้าหรือบริการตามความเป็นจริง จะเป็นค่าคงที่ และผลลัพธ์ตามการรับรู้ (Subjective performance หรือ Perceived performance) เป็นผลลัพธ์ที่ผู้บริโภคแต่ละคนประเมินตามการรับรู้ของผู้บริโภคเอง จากผลลัพธ์ที่แตกต่างกันนี้ ทำให้เกิดกระบวนการสอดคล้องไม่สอดคล้องที่แตกต่างกัน 2 แบบ คือ ความไม่สอดคล้องตามจริง (Objective disconfirmation) คือ ความแตกต่างผลลัพธ์จริงกับความคาดหวัง และความไม่สอดคล้องตามการรับรู้ (Subjective disconfirmation)

ทฤษฎีที่อธิบายเรื่องกระบวนการเกิดความพึงพอใจในผู้บริโภค เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงกระบวนการเกิดความพึงพอใจ จากความคาดหวัง ความไม่สอดคล้อง และผลลัพธ์ของสินค้าหรือบริการตามการรับรู้ หลายทฤษฎีอาจให้ผลลัพธ์ที่เกิดความพึงพอใจเหมือนกัน แต่กระบวนการที่เกิดแตกต่างกัน ทำให้การปรับเปลี่ยน หรือการสร้างให้เกิดความพึงพอใจแตกต่างกัน เช่น ทฤษฎีปรับเปลี่ยนและแตกต่าง (Assimilation-contrast theory) และทฤษฎีไม่สอดคล้อง (Dissonance) ซึ่งจะกล่าวถึงรายละเอียดต่อไป ทฤษฎีต่างๆ มีดังนี้ (Yi, 1990)

1.ทฤษฎีแตกต่าง (Contrast theory) Cordozo (1965) พบว่า เมื่อความคาดหวังเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกับผลลัพธ์จริงของผลิตภัณฑ์จะเกิดความแตกต่าง (Contrast) ขึ้นระหว่างความคาดหวังและผลลัพธ์ที่ได้ และผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะมองเห็นความแตกต่างดังกล่าวชัดเจนมากกว่าความเป็นจริง แสดงให้เห็นว่าคนรับรู้ผลลัพธ์ของสินค้าอยู่ห่างจากความคาดหวังมากกว่าผลลัพธ์จริง กล่าวคือ ถ้าผลลัพธ์ที่ได้น้อยกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคจะรับรู้ผลลัพธ์นั้นแย่กว่าผลลัพธ์จริง จะนำไปสู่ความไม่พึงพอใจ ขณะที่ถ้าผลลัพธ์ที่ได้มากกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคจะรับรู้ผลลัพธ์ดังกล่าวสูงกว่าความเป็นจริง และจะนำไปสู่ความพึงพอใจ

2.ทฤษฎีปรับเปลี่ยนและแตกต่าง (Assimilation-contrast theory) Sherif และ Hovland (1961) เสนอทฤษฎี ซึ่งสรุปได้ว่า ถึงแม้ผลลัพธ์ที่รับรู้จะแตกต่างจากความคาดหวัง แต่ก็ไม่จำเป็นเสมอไปที่ผู้บริโภคจะไม่พึงพอใจ ถ้าความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและผลลัพธ์ที่

รับรู้น้อย ผลลัพธ์ที่ได้อาจจะตกอยู่ในบริเวณที่เรียกว่าขอบเขตที่ยอมรับได้ (Acceptance level) ถ้าผลลัพธ์ตกอยู่ในขอบเขตที่ยอมรับได้แล้ว ผู้บริโภคมีแนวโน้มปรับเปลี่ยนการรับรู้ผลลัพธ์ให้ตรงกับ ความคาดหวังของตนเอง แต่ทว่าถ้าเกิดผลลัพธ์ที่รับรู้แตกต่างจากความคาดหวังมากจนเกิด ขอบเขตที่ยอมรับได้ไป จะทำให้เกิดผลแตกต่าง ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมองความแตกต่างระหว่าง ผลลัพธ์และความคาดหวังมากขึ้น ถ้าผลลัพธ์ที่ได้สูงกว่าความคาดหวังจะถูกประเมินว่าพึงพอใจ มากกว่าผลลัพธ์ที่ได้ต่ำกว่าความคาดหวังเล็กน้อย จากทฤษฎีนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ว่า อาจจะสร้างความคาดหวังให้กับลูกค้าสูงกว่าความเป็นจริงเล็กน้อย เพื่อให้ผู้บริโภคปรับเปลี่ยน แต่อย่างไรก็ตามการหาขอบเขตที่ยอมรับได้ของผู้บริโภคเป็นสิ่งที่ยาก และยิ่งสินค้าหรือบริการมี ความเชื่อมโยงกับลูกค้าสูง (High human-product involvement) ผู้บริโภคมีแนวโน้มจะไม่พึงพอใจมากกว่าสินค้าหรือบริการที่เชื่อมโยงกับลูกค้าต่ำ

**3.ทฤษฎีไม่สอดคล้อง (Dissonance theory) Festinger (1957)** เสนอทฤษฎีจิตวิทยา สังคมเรื่องความไม่สอดคล้องทางปัญญา ระหว่างความเชื่อและเจตคติ ถ้าในที่นี้เป็นการรับรู้ ผลลัพธ์ของสินค้าหรือบริการ และความเป็นจริง เมื่อเกิดความไม่สอดคล้องแล้วจะทำให้เกิดภาวะ ไม่สบายทางใจ (Psychological discomfort) ผู้บริโภคมีแนวโน้มจะปรับเปลี่ยนการรับรู้ผลลัพธ์ให้ สอดคล้องกับความคาดหวัง ทำให้ผลออกมาคล้ายๆ กับทฤษฎีปรับเปลี่ยนและแตกต่าง ปัญหาใน การทดสอบทฤษฎีนี้ คือ การไม่สอดคล้องของผลลัพธ์และความคาดหวัง ส่งผลต่อความไม่ สอดคล้องทางปัญญาจริง Festinger ได้สรุปไว้ว่าความไม่สอดคล้องทางปัญญาจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อ 1) ตัดสินใจได้เอง 2) ตัดสินใจไปแล้วยกเลิกไม่ได้ คนอื่นรู้การตัดสินใจของผู้บริโภคแล้ว 3) เกิด ภาวะไม่สอดคล้องแน่นอน

**4.ทฤษฎีการมองทางลบอย่างแผ่ขยาย (Generalized negativity theory) Carlsmith และ Aronson (1963)** กล่าวว่า ความไม่สอดคล้องใดๆ จะถูกรับรู้ว่ามีเพียงพอใจน้อยกว่าเมื่อ ผลลัพธ์สอดคล้องกับความคาดหวัง มีแนวโน้มที่สินค้าหรือบริการจะไม่สอดคล้องกับความ คาดหวังที่ได้ตั้งเอาไว้ แสดงว่าถ้าผู้บริโภคไม่มีความคาดหวังไว้ก่อนผู้บริโภคจะมีแนวโน้มพึงพอใจ มากกว่ามีความคาดหวังเอาไว้ Oliver (1977) กล่าวว่าทฤษฎีนี้มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภค ผูกพันกับสินค้ามาก มีความสนใจมาก ทฤษฎีนี้จะเกิดขึ้นเมื่อมีความคาดหวังรุนแรง

**5.ทฤษฎีทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis testing theory) Deighton (1984)** เสนอ คำอธิบายทางปัญญาในการอธิบายผลของความคาดหวังที่มีต่อการประเมินผลลัพธ์จากสินค้า หรือบริการในการโฆษณา มีสองชั้นด้วยกัน ชั้นแรกโฆษณาส่งให้เกิดความคาดหวังหรือ สมมติฐานและต่อมาผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะยืนยันความคาดหวังหรือสมมติฐานของตนเอง คล้ายๆ กับแนวคิดเรื่องอคติในการยืนยันความคิดของตนเอง (Confirmation bias) และถ้าเกิดมี ประสบการณ์กับสินค้ามาก จะมีแนวโน้มที่ทฤษฎีนี้อธิบายได้มากขึ้น เนื่องจากบุคคลจะใช้

กระบวนการจากบนสู่ล่าง (Top-down processing) คือ ใช้ความรู้ความเข้าใจของตนเอง ในการตีความผลลัพธ์สินค้าหรือบริการ (Hoch, Ha, 1986)

Babin, Griffin และ Babin (1994) ได้ทดสอบทฤษฎีปรับเปลี่ยนและแตกต่างว่ามีผลแตกต่างกันหรือไม่เมื่อความผูกพันต่อสินค้าเปลี่ยนแปลงไป (สูงหรือต่ำ) พบว่า เมื่อความผูกพันต่อสินค้าสูง จะทำให้การประเมินความพึงพอใจมีลักษณะสุดขั้ว กล่าวคือ เมื่อประเมินว่าพึงพอใจ จะประเมินสูงมาก เมื่อประเมินว่าไม่พึงพอใจจะประเมินต่ำมาก แสดงให้เห็นว่าใช้ทฤษฎีแตกต่างในการอธิบาย แต่เมื่อมีความผูกพันต่อสินค้าต่ำ จะมีแนวโน้มใช้ทฤษฎีปรับเปลี่ยนและแตกต่าง

### 2.3.5 มาตรฐานที่ใช้ในกระบวนการสร้างความพึงพอใจ

แนวคิดเรื่องของมาตรฐานในการสร้างความพึงพอใจมีดังนี้

1. **แนวคิดความคาดหวังและความไม่สอดคล้อง (Expectation-disconfirmation paradigm)** แนวคิดนี้มองว่ามาตรฐานในใจของผู้บริโภค คือ ความคาดหวัง โดยหมายถึงการคาดการณ์ของผู้บริโภคในเรื่องผลลัพธ์ของสินค้าหรือบริการที่น่าจะได้ หรือกล่าวอย่างง่าย คือ ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้ ความคาดหวังจะสร้างกรอบอ้างอิง (Frame of reference) ในการตัดสินใจของผู้บริโภค อย่างไรก็ตามหลักฐานที่แสดงถึงผลของความคาดหวังที่มีต่อความพึงพอใจยังไม่แน่ชัด แต่ว่างานวิจัยส่วนใหญ่จะกล่าวถึงความคาดหวังสามารถทำนายความพึงพอใจได้อย่างมีนัยสำคัญ (Churchill, Surprenant, 1982; Bearden, Teel, 1983) แต่ว่าจากข้อค้นพบที่ผ่านมา ผลของความคาดหวัง ความไม่สอดคล้อง ระดับผลลัพธ์ของสินค้าหรือบริการ และเจตคติต่อสินค้าหรือบริการ ที่มีต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคยังซับซ้อน ไม่ใช่แค่เพียงผลลัพธ์ที่รับรู้มากกว่าความคาดหวังแล้วพึงพอใจ หรือผลลัพธ์น้อยกว่าความคาดหวังแล้วไม่พึงพอใจ

2. **ทฤษฎีระดับการเปรียบเทียบ (Comparison level theory)** Latour และ Peat (1979) ไม่เห็นด้วยกับแนวคิดความคาดหวังและความไม่สอดคล้อง เพราะว่าแนวคิดนี้ไม่ได้รวมถึงแหล่งที่อาจก่อให้เกิดความคาดหวังอื่นๆ เช่น ประสบการณ์เก่าของผู้บริโภค และประสบการณ์ของผู้บริโภคคนอื่นต่อสินค้าหรือบริการเดียวกัน แล้วเสนอแนวคิดใหม่ โดยกล่าวว่า สิ่งที่กำหนดความคาดหวังของผู้บริโภคอยู่ 3 สิ่งด้วยกัน คือ ประสบการณ์เก่าของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์เดียวกัน ความคาดหวังที่สร้างขึ้นจากสถานการณ์ต่างๆ เช่น การโฆษณา การลดราคา เป็นต้น และประสบการณ์จากผู้บริโภคคนอื่นผู้ที่เป็นบุคคลอ้างอิงของผู้บริโภค Latour และ Peat กล่าวว่าทั้ง 3 ด้านนี้เป็นแหล่งแห่งความคาดหวังที่แตกต่างกัน และมีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคแตกต่างกัน เช่น งานวิจัยของ Latour และ Peat (1980) พบว่า ประสบการณ์ก่อนส่งผลมากที่สุด และความคาดหวังที่ถูกสร้างขึ้นส่งผลน้อยที่สุด อย่างไรก็ตาม อาจจะมีตัวแปรอื่นๆ ที่ส่งผลต่อสิ่งที่

กำหนดความคาดหวังของผู้บริโภค เช่น ผู้บริโภคเคยมีประสบการณ์ก่อนหรือไม่ ระยะเวลาที่ได้รับประสบการณ์เดิมเท่ากับเท่าไร

3. ทฤษฎีเท่าเทียม (Equity theory) ทฤษฎีนี้ปรับปรุงจากแนวคิดของ Adams (1965) ที่กล่าวว่าแต่ละบุคคลจะเปรียบเทียบอัตราส่วนระหว่างผลลัพธ์ที่ได้และสิ่งที่ลงทุนลงแรงไป (Outcome/input ratios) กับผู้อื่นที่คนนั้นมีปฏิสัมพันธ์ด้วย เช่น ถ้าทำงานเท่ากัน เมื่อเปรียบเทียบกับบุคคลอื่นแล้ว ตนเองได้รับผลตอบแทนน้อยกว่า จะรู้สึกไม่ยุติธรรม ถ้าในบริบทของความพึงพอใจของผู้บริโภค อัตราส่วนของร้านค้า หรือที่เจ้าของผลิตภัณฑ์ได้รับเปรียบเทียบกับอัตราส่วนที่ผู้บริโภคได้รับ ผู้บริโภคจะพึงพอใจก็ต่อเมื่อตนเองรู้สึกว่าอัตราส่วนดังกล่าวยุติธรรมสำหรับเขา เมื่อเปรียบเทียบกับที่ร้านค้าหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ได้ ไม่รู้สึกว่าถูกคดโกง Fisk และ Young (1985) ได้จัดกระทำอัตราส่วนระหว่างเวลาที่รอคอย กับค่าบริการ พบว่า เมื่อผู้บริโภครู้สึกว่าไม่ยุติธรรมจะรู้สึกไม่พึงพอใจ และลดความตั้งใจที่จะใช้สินค้าซ้ำ Yi (1990) ได้เสนอว่าทฤษฎีนี้อาจใช้เป็นส่วนเติมเต็มของกระบวนการไม่สอดคล้อง อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีนี้จะใช้ได้ก็ต่อเมื่ออัตราส่วนของตนเองน้อยกว่าของร้านค้าหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์อย่างมากเท่านั้น

4. ใช้ค่าปกติเป็นมาตรฐานในการเปรียบเทียบ ค่าปกติ (Norms) หมายถึง ผลลัพธ์ที่ควรจะได้ ที่ควรจะเป็นตามปกติ ต่างกับความคาดหวัง ที่หมายถึงผลงานที่น่าจะเป็นถ้าจะมีประสบการณ์กับบริการหรือสินค้านั้นในครั้งต่อไป ประสบการณ์ของผู้บริโภค เช่น จากสินค้ายี่ห้อ นั้น สินค้าเดียวกันแต่ต่างยี่ห้อ สินค้าอื่นในยี่ห้อเดียวกัน จะทำให้ผู้บริโภคสร้างค่าปกติภายในใจขึ้น อย่างไรก็ตาม ค่าปกติอาจจะมีหลายรูปแบบในคนเดียวกัน เช่น ค่าปกติของผลิตภัณฑ์ (Product-norm) ค่าปกติของยี่ห้อที่ดีที่สุด (Best-brand norm) Cadotte, Woodruff และ Jenkins (1987) พบว่า ค่าปกติทั้งสองนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนได้มากกว่าความคาดหวังเกี่ยวกับยี่ห้อนั้น โดยเสนอว่าผู้บริโภคใช้ค่าปกติทั้งสองในการประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์

5. ทฤษฎีการรับรู้ความแตกต่างจากค่านิยม (Value-percept disparity theory) Westbrook และ Reilly (1983) กล่าวว่าปัญหาของแนวคิดความคาดหวังและความไม่สอดคล้องคือแนวคิดนี้ไม่สามารถแยกแนวคิดเรื่องทางปัญญา (Cognitive) หรือเรื่องการประเมิน (Evaluative) สิ่งที่คาดหวังจากผลิตภัณฑ์อาจจะไม่ได้สอดคล้องกับค่านิยม หรือสิ่งที่ต้องได้จากผลิตภัณฑ์ เช่น สินค้าไม่เสียหาย Locke (1967) ได้จัดกระทำความคาดหวังและค่านิยมแยกจากกัน พบว่า ค่านิยมมีผลในการกำหนดความพึงพอใจมากกว่า อีกปัญหาหนึ่งของแนวคิดนี้คือ ถึงแม้ว่าไม่เคยได้รับประสบการณ์ของสินค้ามาก่อน หรือไม่ได้สร้างความคาดหวังมาก่อน ผู้บริโภคสามารถประเมินความพึงพอใจได้ ทฤษฎีนี้เสนอว่าความพึงพอใจเป็นการตอบสนองทางอารมณ์ที่เกิดจากกระบวนการประเมินทางปัญญา ซึ่งเกิดจากการรับรู้ผลลัพธ์ของสินค้าเปรียบเทียบกับค่านิยมหรือความต้องการของแต่ละบุคคล Westbrook และ Reilly (1983) พบว่า ทั้งแนวคิดความ

คาดหวังและความไม่สอดคล้องและทฤษฎีการรับรู้ความแตกต่างจากค่านิยม ไม่สามารถอธิบายได้ด้วยตนเองอย่างสมบูรณ์ แต่แนวคิดความคาดหวังและความไม่สอดคล้องอธิบายได้ดีกว่า แต่อย่างไรก็ตามตัวชี้วัดที่ใช้ระบุทฤษฎีการรับรู้ความแตกต่างจากค่านิยมมีเพียงค่านิยมข้อกระทงเดียวว่าตอบสนองความต้องการของตนเองได้มากน้อยเพียงใดซึ่งเป็นจุดอ่อนของงานวิจัย Spreng, MacKenzie และ Olshavsky (1996) ทดสอบว่านอกเหนือจากความคาดหวังแล้วค่านิยม มีผลต่อความพึงพอใจหรือไม่ โดยใช้วิธีการทดลองจัดกระทำทั้งความคาดหวังและค่านิยมของผู้บริโภค พบว่า ทั้งค่านิยมและความคาดหวังสามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดความไม่สอดคล้อง (Disconfirmation) ว่าความคาดหวัง และความต้องการส่งผลต่อการเปรียบเทียบความคาดหวัง และค่านิยมในความเป็นจริง ซึ่งเป็นตัวส่งผ่าน ไปยังความพึงพอใจ

Tse และ Wilton (1988) ได้เปรียบเทียบมาตรฐานภายในใจของบุคคล 3 แบบ คือ ความคาดหวัง (ในแนวคิดความคาดหวังและความไม่สอดคล้อง หรือทฤษฎีระดับการเปรียบเทียบ) อุดมคติ (ค่าปกติ) และความเท่าเทียม (ทฤษฎีความเท่าเทียม) พบว่า ความคาดหวังและอุดมคติส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ โดยความคาดหวังส่งผลโดยตรงทางบวกต่อความพึงพอใจ และอุดมคติส่งผลโดยอ้อมทางลบผ่านการรับรู้ผลลัพธ์ของสินค้าหรือบริการ ตามทฤษฎีปรับเปลี่ยนและแตกต่าง อาจเป็นไปได้ที่ความคาดหวังส่งผลให้เกิดผลการปรับเปลี่ยน ส่วนอุดมคติส่งผลให้เกิดผลความแตกต่าง จากงานวิจัยนี้สนับสนุนแนวคิดที่ว่าผู้บริโภคอาจใช้มาตรฐานในการประเมินหลายอย่างพร้อมกัน อาจจะเป็นไปได้ว่าใช้การถ่วงน้ำหนักจากมาตรฐานหลายๆ อย่างรวมกัน

### 2.3.6 ค่านิยมของความคาดหวัง และความไม่สอดคล้อง

ความคาดหวัง และความไม่สอดคล้องเป็นสองแนวคิดที่มีค่านิยม และวิธีการวัดแตกต่างกัน (Yi, 1990) ถึงแม้ว่าคนส่วนใหญ่จะเชื่อว่าความคาดหวังและความไม่สอดคล้องส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค แต่วิธีการวัดที่ต่างกัน ก็อาจส่งผลให้กระบวนการที่ตัวแปรเหล่านี้ส่งผลต่อความพึงพอใจแตกต่างกัน ความคาดหวังแบ่งเป็น 3 แนวคิดดังนี้

1. ความคาดหวังเป็นความเชื่อก่อนการบริโภคเกี่ยวกับผลลัพธ์ของสินค้าหรือการบริการ อาจเกิดจากคำกล่าวอ้างของผู้ผลิต หรือข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือการบริการที่รู้มา แนวคิดนี้จะวัดโดยมาตราคล้ายนัยจำแนก (Semantic-like differential scale) ระหว่าง ไม่ดีเลย จนถึง ดีเยี่ยม
2. ความคาดหวังเป็นความเชื่อของผู้บริโภค (B<sub>i</sub>) ที่มีต่อคุณสมบัติต่างๆ ของสินค้าหรือการบริการ มักจะใช้เป็นความเชื่อเพียงอย่างเดียว หรือเป็นผลรวมของการประเมินความเชื่อ ( $\sum B_i$ ) เป็นคะแนนความคาดหวัง

3. ความคาดหวังในโมเดลของ Oliver ได้รวมแนวคิดเรื่องการประเมินความเชื่อต่างๆ เข้าไปด้วย โดยใช้ผลรวมของความเชื่อคุณกับการประเมินความเชื่อ ( $\Sigma b_{pe}$ ) เป็นคะแนนความคาดหวัง

Swan และ Trawick (1981) พบว่าแนวคิดที่ 2 และ 3 มีความสัมพันธ์กันสูง แต่น่าจะใช้แนวคิดที่สองมากกว่า เพราะมองเป็นความเป็นไปได้ที่จะเกิดผลงานในสินค้าหรือบริการ ไม่น่าจะเกี่ยวข้องกับการประเมินความเชื่อแต่ละด้าน

ส่วนความไม่สอดคล้อง (Disconfirmation) แบ่งออกเป็น 3 แนวคิด แนวคิดหนึ่งเป็นแนวคิดความไม่สอดคล้องตามจริง (Objective disconfirmation) และอีกสองแนวคิดเป็นความไม่สอดคล้องตามการรับรู้ (Subjective disconfirmation) มีรายละเอียดดังนี้

1. ความไม่สอดคล้องตามความจริง (Objective disconfirmation) เป็นความแตกต่างตามจริงระหว่างความคาดหวังและผลลัพธ์ตามความจริง (Objective performance) ซึ่งสันนิษฐานว่าความไม่สอดคล้องนี้จะเหมือนกันในทุกคน และผู้วิจัยสามารถจัดกระทำความไม่สอดคล้องนี้ได้ ข้อดีของแนวคิดนี้ คือ ง่ายต่อการวัด แต่ข้อเสีย คือ ไม่ได้มองว่าแต่ละคนอาจจะรับรู้ผลลัพธ์ของสินค้าหรือบริการแตกต่างกัน

2. ความไม่สอดคล้องจากการอนุมาน (Inferred disconfirmation) เป็นความแตกต่างที่คำนวณได้จากความคาดหวัง (หรือมาตรฐานอื่น) และผลลัพธ์จากการรับรู้ (Perceived performance) มาหักลบกัน ซึ่งสามารถวัดได้ในภาพรวม และวัดได้เป็นรายคุณลักษณะ

3. ความไม่สอดคล้องตามการรับรู้ (Perceived disconfirmation) เป็นการประเมินตามการรับรู้ของผู้บริโภค ว่าผลลัพธ์ของสินค้าหรือบริการแตกต่างจากความคาดหวังอย่างไร ความไม่สอดคล้องรูปแบบนี้สามารถวัดได้ในภาพรวมและรายคุณลักษณะเช่นเดียวกัน

ความไม่สอดคล้องตามการอนุมานและตามการรับรู้อาจจะวัดในสิ่งเดียวกัน แต่ทั้งสองโครงสร้างนี้แตกต่างกันด้วยหลายเหตุผลด้วยกัน คือ การประเมินความคาดหวังของทั้งสองโครงสร้างนี้แตกต่างกัน เนื่องจากในขณะที่ประเมินความไม่สอดคล้องตามการรับรู้ ความคาดหวังอาจจะถูกจำกัดเพี้ยนไป ไม่เหมือนกับความคาดหวังก่อนการบริโภคเดิม เช่น เกิดจากกระบวนการแตกต่าง (Contrast) ปรับเปลี่ยน (Assimilation) และความไม่สอดคล้องทางปัญญา (Cognitive dissonance) ความคาดหวังอาจได้รับผลกระทบจากผลลัพธ์ที่ได้ เช่น ผลลัพธ์ประทับใจมาก ๆ นอกจากนี้ยังใช้การวัดแตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่า สองแนวคิดนี้แตกต่างกัน (Oliver, 1977) ถ้าอิงหลักเหตุผลทางทฤษฎีแล้ว ความไม่สอดคล้องตามการรับรู้จะเหมาะสมกว่า เนื่องจากความไม่สอดคล้องจากการอนุมาน ใช้การวัดซ้ำสองครั้ง อาจมีอคติที่ผู้ตอบตอบสองครั้งตรงกัน (Consistency bias) ผลเรื่องขอบเขตทางบวกหรือทางลบ (Ceiling or floor effect) และขาดความเที่ยง เพราะเกิดจากแหล่ง

ความแปรปรวนสองแหล่ง (การวัดสองครั้ง) นอกจากนี้ความไม่สอดคล้องจากการอนุมานต้องการข้อสมมติฐานเบื้องต้นคือผู้บริโภคต้องสร้างความคาดหวังเกี่ยวกับสินค้า และสามารถตัดสินใจผลลัพธ์ของสินค้าหรือบริการได้ แต่ความสอดคล้องตามการรับรู้ไม่ได้ต้องการข้อสมมติฐานเบื้องต้นนี้ และผู้บริโภคมีแนวโน้มจะให้ความสอดคล้องตามการรับรู้ในการประเมินความพึงพอใจ (Tse, Wilton, 1988; Oliver, Bearden, 1985)

### 2.3.7 ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความไม่สอดคล้อง

Oliver (1977) พบว่า ความคาดหวังและความไม่สอดคล้องไม่มีสหสัมพันธ์กัน และมีผลเพิ่มพูนกัน แต่ว่าตามแนวคิดของความไม่สอดคล้องกัน ที่เกิดจากความแตกต่างระหว่างผลลัพธ์ตามการรับรู้และความคาดหวัง ทำให้สองโครงสร้างนี้น่าจะมีความสัมพันธ์กัน และก็พบผลว่าความคาดหวังเกิดก่อนความไม่สอดคล้องกัน และความคาดหวังเป็นสิ่งที่กำหนดความไม่สอดคล้องกันด้วย (Churchill, Surprenant, 1982) และ Tse, Wilton (1988) พบว่า ความไม่สอดคล้องกันส่งผลทางตรงต่อความพึงพอใจ และส่งผลทางอ้อมโดยทำปฏิสัมพันธ์กับความคาดหวัง แต่ในสองการศึกษา พบผลถึงระดับนัยสำคัญในการศึกษาหนึ่ง และไม่ถึงระดับนัยสำคัญในอีกการศึกษาหนึ่ง

Yi (1993) ได้ศึกษาวิจัยเพิ่มเติมว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง ผลลัพธ์ที่รับรู้ ความไม่สอดคล้องกัน และความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการ น่าจะมีตัวแปรกำกับที่จะทำให้โมเดลความสัมพันธ์ออกมาแตกต่างกัน Yi (1993) ใช้ความกำกวม (Ambiguity) ในการประเมินผลลัพธ์ของสินค้าเป็นตัวแปรกำกับ ถ้าสินค้าไหนกำกวม (ในงานวิจัยใช้ผงซักฟอก) จะประเมินผลลัพธ์ของสินค้าได้ยาก แต่ถ้าสินค้าไหนไม่กำกวม (ในงานวิจัยใช้ Cereal) จะประเมินผลลัพธ์ของสินค้าได้ง่าย ผลการวิจัยพบว่า ทั้งในสินค้าความกำกวมสูงและต่ำ ความคาดหวังและผลลัพธ์ที่รับรู้จะมีผลทางอ้อมผ่านความไม่สอดคล้องไปสู่ความพึงพอใจ แต่ในสินค้าที่มีความกำกวมสูงจะมีผลทางตรงจากความคาดหวัง สินค้าที่มีความกำกวมต่ำจะมีผลทางตรงจากผลลัพธ์จากการรับรู้ ผลงานวิจัยที่ออกมานี้สามารถอธิบายได้ด้วยกระบวนการรับรู้ของมนุษย์ที่แบ่งเป็นการประมวลข้อมูลจากบนลงล่าง (Top-down processing) เป็นการประมวลข้อมูลด้วยประสบการณ์เก่า และการประมวลข้อมูลจากล่างขึ้นบน (Bottom-up processing) เป็นการประมวลข้อมูลโดยใช้สิ่งที่มองเห็น ถ้ากระบวนการล่างขึ้นบนชัดเจน (สินค้าไม่มีความกำกวม) จะมีผลทางตรงจากผลลัพธ์ที่รับรู้ แต่กระบวนการล่างขึ้นบนไม่ชัดเจน (สินค้ากำกวม) จะใช้กระบวนการบนลงล่างมาช่วยในการตีความ ทำให้มีผลทางตรงจากความคาดหวัง



### 2.3.8 ผลของผลลัพธ์จากการรับรู้

Churchill และ Surprenant (1982) พบว่า ผลลัพธ์มีผลทางตรงต่อการตัดสินใจ ความพึงพอใจ โดยผลลัพธ์จากการรับรู้มีผลในการทำนายความพึงพอใจ ตัวชี้วัดเดี่ยวอื่นๆ รวมถึงโมเดล ความคาดหวังและความไม่สอดคล้องด้วย (Tse, Wilton, 1988) นอกจากนี้ยังพบว่าผลลัพธ์จากการรับรู้ยังมีผลทางอ้อมต่อความพึงพอใจ ผ่านความไม่สอดคล้องจากการรับรู้ Oliver และ Desarbo (1988) ได้พบผลทางตรงของผลลัพธ์จากการรับรู้ต่อความพึงพอใจเช่นเดียวกัน และเสริมว่าผลกระทบของผลลัพธ์จากการรับรู้และความไม่สอดคล้องกันต่อความพึงพอใจอาจจะแตกต่างกันไปในรายบุคคล นอกจากนี้ยังมีผลจากงานวิจัยของ Yi (1993) ที่กล่าวไปข้างต้นว่าผลของผลลัพธ์จากการรับรู้จะมีผลทางตรงก็ต่อเมื่อความกำกวมในการประเมินผลลัพธ์ต่ำ

## 2.4 แนวคิดการบริการกับความพึงพอใจ

### 2.4.1 ความหมายและคุณลักษณะ

การให้บริการเป็นหน้าที่หลักที่สำคัญของการบริหารงานภาครัฐ โดยเฉพาะในลักษณะงานที่ต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง หน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีหน้าที่ในการส่งต่อการบริการ (Delivery Service) ให้แก่ผู้รับบริการ

จินตนา บุญบงการ (2539) ได้ให้นิยามคำว่า "บริการ" คือ สิ่งที่จับ สัมผัส และต้องได้ยาก และเสื่อมสูญสภาพไปได้ง่าย บริการจะเกิดขึ้นทันที และส่งมอบให้ผู้รับบริการ ทันที หรือเกือบจะทันที

คุณลักษณะ 7 ประการของบริการที่ดี

บริการ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า SERVICE ซึ่งมีความหมายของการบริการที่สามารถยึดเป็นหลักในการปฏิบัติได้ คือ

S = Smiling & Sympathy

ยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของผู้มารับบริการ

E = Early Response

ตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้มารับบริการอย่างรวดเร็วทันใจ โดยไม่ต้องให้เอ่ยปากเรียกร้อง

R = Respectful

แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้มารับบริการ

V = Voluntariness manner

การให้บริการที่ทำอย่างสมัครใจ เต็มใจทำ ไม่ใช่ทำงานอย่างเสียไม่ได้

I = Image Enhancing

การรักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการ และภาพลักษณ์ขององค์กรด้วย

C = Courtesy

ความอ่อนน้อม อ่อนโยน สุภาพ มีมารยาทดี

E = Enthusiasm

ความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้นขณะให้บริการและให้บริการมากกว่าที่ผู้รับบริการคาดหวังเอาไว้การให้บริการว่า "การที่บุคคล กลุ่มบุคคล หรือหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ซึ่งอาจเป็นของรัฐหรือเอกชนมีหน้าที่ในการส่งต่อการให้บริการประชาชน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสนองความต้องการของประชาชนโดยส่วนรวม มีองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ส่วน (1) สถานที่หรือบุคคลที่ให้บริการ (2) ปัจจัยนำเข้าหรือทรัพยากร (3) กระบวนการและกิจกรรม (4) ผลผลิตหรือตัวบริการ (5) ช่องทางการให้บริการ (6) ผลกระทบที่มีต่อผู้รับบริการ"

อารี พันธมณี ( 2545 ) ได้ให้ความหมาย การบริการ คือ การสร้างความพอใจ ความชอบให้ความช่วยเหลือให้ได้ในสิ่งที่ต้องการ และรู้สึกประทับใจ การบริการเป็นการกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ การดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น เพื่อให้ได้รับความพอใจ สะดวกสบาย ด้วยการเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด อบอุ่น และมีไมตรีจิต

การบริการ (SERVICE) ที่มีคุณภาพ ประกอบด้วย

S = SATISFACTION ความพึงพอใจของผู้รับบริการ ผู้ให้บริการต้องถือเป็นหน้าที่ ต้องพยายามให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

ผู้ให้บริการ เป็นผู้ที่มีจิตสำนึกของการให้บริการ จัดสภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการให้สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย สะดวกสบาย สวยงาม และมีอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ทันสมัย รวมทั้งบุคลากรผู้ปฏิบัติงานบริการ จะช่วยเสริมสร้างบรรยากาศที่สร้างความรู้สึกที่ดี และความพึงพอใจของการบริการทุกระดับ

E = EXPECTATION ผู้รับบริการมักจะคาดหวังการบริการที่รวดเร็วทันใจมีประสิทธิภาพ และแสดงออกด้วยอัยาศัยที่ดีงาม

R = READINESS ความพร้อมในการบริการ ประสิทธิภาพของการบริการขึ้นอยู่กับความพร้อมที่จะให้บริการในสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ ภายในเวลาและด้วยรูปแบบเป็นที่ต้องการ รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ให้มีความพร้อมตลอดเวลา

V = VALUE ความมีคุณค่าของการบริการ การให้บริการที่ตรงไปตรงมาไม่เอาเปรียบ ทำให้ลูกค้าชอบและถูกใจกับบริการที่ได้รับ

I = INTEREST ความสนใจต่อบริการ จริงใจต่อลูกค้าทุกระดับและทุกคน อย่างยุติธรรม เท่าเทียมโดยเสมอภาคกัน สุภาพ อ่อนโยน และให้เกียรติ

C = COURTESY ความมีไมตรีจิตในการบริการ การต้อนรับลูกค้าด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส และท่าทีสุภาพ แสดงถึงอหิยาศัยของความเป็นมิตรและบรรยากาศของการบริการที่ได้รับ จะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจ

E = EFFICIENCY ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ ความสำเร็จขึ้นอยู่กับ การบริการอย่างเป็นระบบมีขั้นตอนที่ชัดเจน เนื่องจากงานบริการเป็นงานที่เกี่ยวข้องระหว่างคน กับคน ควรมีการตรวจสอบและปรับปรุงการดำเนินงานบริการอย่างสม่ำเสมอให้เป็นไปตามเกณฑ์ และความคาดหวังของผู้รับบริการ

วิโรจน์ ตั้งเจริญเสถียรและคณะ (2539) ได้จำแนกลักษณะการประเมินระบบบริการ ของสถานบริการไว้ 4 ด้าน คือ (1) ด้านกายภาพและบริการทั่วไป เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกทาง กายภาพ อาคาร สถานที่ อุปกรณ์ / เครื่องมือทางการแพทย์ (2) ด้านบริการจากแพทย์ (3) ด้าน บริการจากพยาบาล (4) ด้านบริการจากเจ้าหน้าที่ทั่วไป

เป้าหมายของการให้บริการ คือ การสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ การที่จะวัดว่า ระบบการให้บริการบรรลุเป้าหมายหรือไม่ วิธีหนึ่งก็คือ การวัดความพึงพอใจของผู้มารับบริการเพื่อ เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่มีหน้าที่ให้บริการว่า มีความสามารถตอบสนอง ความต้องการของผู้รับบริการมากน้อยเพียงใด ซึ่งระบบการให้บริการใช้เป็นแนวคิดในการศึกษา ครั้งนี้ มีครอบคลุมทั้งด้านกายภาพ สิ่งอำนวยความสะดวกและบุคลากรในด้านต่างๆ เพราะจาก การเปลี่ยนแปลงจากสถานีนามัยมาเป็นศูนย์สุขภาพชุมชนจะมีที่มบุคลากรสาธารณสุขจาก โรงพยาบาลหมอนเวียนออกมาให้บริการ

Gronroos (1990 อ้างถึงใน อเนก ทิพย์บรรจง, 2541) ได้ให้ความหมายของการบริการ ในเชิงปฏิสัมพันธ์ของลูกค้ากับผู้บริการว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือหลายกิจกรรมที่มี ลักษณะที่ไม่อาจจับต้องได้ ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องทุกกรณีที่เกิดขึ้น จากการปฏิสัมพันธ์ ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการและลูกค้ากับบริษัทสินค้าหรือลูกค้ากับระบบของการให้การ บริการที่ได้จัดไว้เพื่อช่วยให้ผ่อนคลายปัญหาของลูกค้า

วัชร วัชรเสถียร (2539) ได้กล่าวถึงและได้ให้ความหมายการบริหารที่เกิดจากจิตใจ เอื้อ ออาหารเป็นธรรมและเสมอภาคว่าการบริการ หมายถึง การกระทำที่เกิดจากจิตใจที่เปี่ยมไปด้วย ความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูลเอื้อเพื่อ เผื่อแผ่ เอื้อออาหารมีน้ำใจไมตรีให้ความเป็นธรรมและ เสมอภาค ซึ่งการให้การบริการจะมีทั้งผู้ให้และผู้รับ กล่าวคือ ถ้าเป็นการบริการที่ดี เมื่อผู้ให้บริการ ไปแล้ว ผู้รับบริการจะเกิดความประทับใจหรือเกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริการดังกล่าว

สมเกียรติ กิจบรรจง (2543 อ้างถึงในสวัสดิ์ ผลอ้อ, 2544) ได้กล่าวถึง การบริการในทาง ที่เป็นเพียงวิธีการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าว่า การบริการ เป็นเพียงวิธีหนึ่งที่เกิดขึ้น จากวิวัฒนาการของธุรกิจเพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าและบริการที่ล้ำเลิศ โดยที่มงานและระบบงาน

ภายในองค์กรทั้งฝ่ายขายและฝ่ายสนับสนุนการขายที่สามารถสร้างความสนิทสนมและมีสายสัมพันธ์ระหว่างกัน ซึ่งเป็นหนทางระหว่างกัน ซึ่งเป็นหนทางที่คงความได้เปรียบเอาไว้ นั่นก็คือ การตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการให้สิ่งที่มีประสิทธิภาพ มีค่า หรือให้สินค้าที่ล้ำเลิศ

จากความหมายของการบริการ สรุปได้ว่า การบริการเป็นกิจกรรมที่ไม่อาจจับต้องได้ เป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนที่ให้บริการและคนรับบริการเกิดจากจิตใจที่เปี่ยมไปด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้ออาทร เกิดจากจิตใจที่มีน้ำใจไมตรี มุ่งที่ให้ความสะดวกเป็นธรรมชาติ โดยการบริการนั้นมีเป้าหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่ดีที่สุดและการบริการที่ดีที่สุด และการบริการที่ดีที่สุดจากทีมงาน และระบบงานภายในองค์กรทั้งสองฝ่าย ที่สามารถสร้างความสนิทสนมและมีสายสัมพันธ์ระหว่างกัน

#### 2.4.2 ความสำคัญของการบริการ

ปัจจุบันการบริหารมีความสำคัญและมีบทบาทเป็นอย่างมากต่อองค์กรไม่ว่าทั้งภาครัฐและเอกชน เนื่องจากการปรับตัวและปัญหาในระบบเศรษฐกิจเองมีการแข่งขันที่ค่อนข้างจะรุนแรงและเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการขยายตัวของการผลิตสินค้าทำให้สินค้าเกิดการขยายตัวค่อนข้างเร็วมาก เพื่อให้ทันต่อสภาพการเปลี่ยนแปลง และตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ การบริการจึงมีบทบาทต่อความสำเร็จขององค์กรในเชิงพาณิชย์และบริการของภาครัฐ และเข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการและยังก่อให้เกิดผลดีต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างมากมาย

#### 2.4.3 คุณลักษณะของการบริการ

การบริการ มีคุณลักษณะแตกต่างกันออกไป จากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไป ได้กล่าวถึงคุณลักษณะการบริการไว้ ดังนี้ การบริการในกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการ ขณะที่รับบริการจากผู้ซื้อหรือผู้รับบริการไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ว่าจะได้รับการปฏิบัติอย่างไร จนกว่ากิจกรรมการบริหารจะเกิดขึ้น การตัดสินใจจะซื้อบริการจึงจำเป็น ขึ้นอยู่กับความไว้วางใจ ซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไปที่ผู้บริโภคสามารถหยิบจับตรวจสอบดูสินค้าก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ การบริการทำได้เนื่องจาก ให้คำอธิบายสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับคุณภาพหรือการอ้างอิงประสบการณ์ ผู้ที่เคยใช้บริการมาแล้ว เช่น บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีชื่อเสียงในการให้บริการมาช้านานผู้โดยสารได้ส่งความไว้วางใจ (วัชรา วัชรเสถียร, 2539)

จิตตินันท์ เตชะคุปต์ (2538) ได้พูดถึงคุณลักษณะของการบริการถึงความแตกต่างจากตัวสินค้าว่าเป็น (1) สาระสำคัญของการไว้วางใจ (Trust) (2) สิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility)

(3) ลักษณะที่แยกกันไม่ได้ (Inseparability) (4) ลักษณะไม่คงที่ (Heterogeneity) (5) ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish ability) (6) ลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของ (Non ownership)

ดังนั้นจะเห็นว่า คุณลักษณะการบริการ จึงเป็นการดำเนินการหรือการวางแผนที่จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ การบริการประกอบด้วยผู้รับบริการ ผู้ให้บริการ และสภาพแวดล้อม การบริการจะต้องมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในองค์ประกอบทั้ง 4 ส่วน เพื่อให้เกิดสิ่งที่ดีที่สุดและมีคุณภาพที่สุดต่อผู้รับบริการ

#### 2.4.4 การบริการสาธารณะ (Public Services Delivery)

1. การให้บริการสาธารณะ มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายหรือแนวคิดของการบริการสาธารณะซึ่งจะขอกล่าวถึงในที่นี้ คือ

ปฐม มณีโรจน์ (2540 อ้างถึงใน สถิต ทิวพุดชา, 2546) ได้พิจารณาถึงการบริการในฐานะเป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่มีอำนาจกระทำเพื่อสนองต่อความต้องการเพื่อให้เกิดความพอใจ จากความหมายดังกล่าว จะเห็นได้ว่าเป็นการพิจารณาระบบการให้บริการว่าประกอบไปด้วย 2 ฝ่าย คือ ผู้ให้บริการและผู้รับบริการ โดยฝ่ายแรกถือปฏิบัติเป็นหน้าที่ที่ต้องให้บริการเพื่อให้ฝ่ายหลังเกิดความพึงพอใจ

B.M. Verma (1989 อ้างถึงในสถิต ทิวพุดชา, 2546) ได้ให้ความหมายของระบบการให้บริการว่า หมายถึง กระบวนการให้บริการซึ่งมีลักษณะที่เคลื่อนไหวเป็นพลวัตร โดยระบบการให้บริการที่ดีจะเกิดขึ้นได้เมื่อหน่วยงานที่รับผิดชอบใช้ทรัพยากร และผลิตการบริการได้เป็นไปตามแผนงานและการเข้าถึงการรับบริการ จากความหมายดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการพิจารณาโดยใช้แนวคิดเชิงระบบ (System Approach) ที่มีการมองว่าหน่วยงานที่มีหน้าที่ให้บริการใช้ปัจจัยนำเข้า (Inputs) เข้าสู่กระบวนการผลิต (Process) และออกมาเป็นผลผลิต หรือการบริการ (Outputs) โดยทั้งหมดจะต้องเป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้ ดังนั้น การประเมินผลจะช่วยทำให้ทราบถึงผลผลิตหรือการบริการที่เกิดขึ้นว่ามีลักษณะเป็นเช่นไร ซึ่งก็จะเป็นข้อมูลป้อนกลับเป็นปัจจัยนำเข้าต่อไป ด้วยเหตุนี้ระบบการให้บริการสาธารณะมีลักษณะที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

จากปัจจัยทั้งหมดดังกล่าวเขาจึงให้ความหมายของระบบการให้บริการว่าเป็นระบบที่มีการเคลื่อนย้ายบริการอย่างคล่องตัว ผ่านช่องทางที่เหมาะสม มาจากแหล่งให้บริการที่มีคุณภาพไปยังผู้รับบริการตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ ซึ่งจากความหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การให้บริการนั้นจะต้องมีการเคลื่อนย้ายตัวบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ ผ่านช่องทางและตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ด้วย

James S. Mc Cullough (1990 อ้างถึงใน สถิต ทิวพุดชา, 2546) เห็นว่าระบบการให้บริการสาธารณะจะต้องประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบที่สำคัญ คือ หน่วยงานที่ให้บริการ (Service Delivery Agency) บริการ (The Service) ซึ่งเป็นประโยชน์ที่หน่วยงานที่ให้บริการได้ส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ (The Service Recipient) โดยประโยชน์หรือคุณค่าของบริการที่ได้รับนั้น ผู้รับบริการจะตระหนักไว้ในจิตใจจากการพิจารณาดังกล่าวจะเห็นว่า ไม่ได้มีการพิจารณาในองค์ประกอบของช่องทางในการให้บริการและยังไม่ได้มีการพิจารณาในเชิงระบบ อย่างไรก็ตาม นัยสำคัญประเด็นหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นความสามารถในการวัด คือ การมองว่าผู้รับบริการจะมีการตระหนักถึงประโยชน์หรือคุณค่าของบริการที่ได้รับอยู่ในจิตใจ ซึ่งอาจจะสามารถวัดออกมาในรูปแบบของทัศนคติก็ได้

William H, Lucy Dennis Gilbert และ Gutherie S. Birkhead (1977 อ้างถึงใน สถิต ทิวพุดชา, 2546) กล่าวว่าระบบการให้บริการสาธารณะมี 4 องค์ประกอบที่สำคัญ คือ

1. ปัจจัยนำเข้า (Inputs) หรือทรัพยากร อันได้แก่ บุคลากร ค่าใช้จ่าย อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก
2. กิจกรรม (Activities) หรือกระบวนการ (Process) หมายถึง วิธีการที่จะใช้ทรัพยากร
3. ผล (Result) หรือผลผลิต (Outputs) หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นหลังจากมีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่แล้ว
4. ความคิดเห็น (Opinions) ต่อผลกระทบ (Impacts) หมายถึงความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อบริการที่ได้รับ

ประยูร กาญจนกุล (2535 อ้างถึงใน สถิต ทิวพุดชา, 2546) ได้กล่าวถึงแนวคิดของระบบการให้บริการสาธารณะว่ามีอยู่ 5 ประการที่สำคัญ คือ

1. บริการสาธารณะเป็นกิจกรรมที่อยู่ในความอำนาจการหรือในความควบคุมของฝ่ายปกครอง
2. บริการสาธารณะมีวัตถุประสงค์ในการสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชน
3. การจัดระเบียบและวิธีดำเนินบริการสาธารณะย่อมจะแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้เสมอ เพื่อให้เหมาะสมแก่ความจำเป็นแห่งกาลสมัย
4. บริการสาธารณะจะต้องจัดดำเนินการอยู่เป็นนิจและโดยสม่ำเสมอ ไม่มีการหยุดชะงัก ถ้าบริการสาธารณะจะต้องหยุดชะงักลงด้วยประการใดๆ ประชาชนย่อมได้รับความเดือดร้อนหรือได้รับความเสียหาย
5. เอกชนย่อมมีสิทธิ์ที่จะได้รับประโยชน์จากบริการสาธารณะเท่าเทียมกัน

อย่างไรก็ตาม การบริการสาธารณะไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะเป็นเจ้าของหน้าที่ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐเท่านั้น ในปัจจุบันนี้มีแนวโน้มว่าหน่วยงานของเอกชนจะเข้ามาดำเนินการให้บริการสาธารณะมากขึ้นในลักษณะการสัมปทานจากหน่วยงานของรัฐที่จะให้เอกชนดำเนินงานแทน

เทพศักดิ์ บุญรัตน์ (2536 อ้างถึงใน สถิต ทิวพุดชา, 2546) กล่าวถึงระบบที่สำคัญของการให้บริการสาธารณะว่ามี 6 ส่วน คือ (1) สถานที่และบุคคลที่ให้บริการ (2) ปัจจัยที่นำเข้าหรือทรัพยากร (3) กระบวนการและกิจกรรม (4) ผลผลิตตัวบริการ (5) ช่องทางให้บริการ และ (6) ผลกระทบที่มีต่อผู้รับบริการ

กล่าวโดยสรุป ระบบการให้บริการสาธารณะ หมายถึง การที่หน่วยงานองค์การของรัฐหรือเอกชน ผู้มีอำนาจหน้าที่ในการให้บริการสาธารณะทำการส่งต่อให้การให้บริการสาธารณะแก่ประชาชน โดยคำนึงถึงความต้องการของประชาชนผู้รับบริการ การให้บริการสาธารณะหากพิจารณาโดยใช้แนวคิดเชิงระบบสามารถแยกองค์ประกอบที่สำคัญได้ ดังนี้

1. ปัจจัยนำเข้า ได้แก่ บุคลากร ค่าใช้จ่าย อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก
2. กระบวนการ หมายถึง วิธีการใช้ทรัพยากร หรือวิธีดำเนินกิจกรรมการให้บริการสาธารณะ โดยผ่านทางช่องทางการให้บริการต่างๆ
3. ผลผลิตของการให้บริการ หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นหลังจากที่มีการใช้ทรัพยากร (ปัจจัยนำเข้า) ซึ่งได้แก่ ตัวบริการที่ประชาชนได้รับ
4. ผลกระทบที่มีต่อผู้รับบริการ หมายถึง ความคิดเห็น ทศนคติของประชาชนที่มีต่อการให้บริการ

จะเห็นว่าองค์การภาครัฐที่มีภาระหน้าที่บริการแก่ประชาชน เป็นการบริการในลักษณะที่มีค่าใช้จ่าย เป็นงบประมาณของรัฐบาล มีค่าการบริการที่ไม่มุ่งเน้นกำไร แต่จะเป็นลักษณะให้ความช่วยเหลือบรรเทา ภาครัฐมีงบประมาณมาอุดหนุน ปัจจัยการบริการทั้งหมด โดยคาดหวังว่าการบริการประชาชนนั้น เพื่อสนองตอบหรือเป็นกลไกภาครัฐในการปฏิบัติตามนโยบาย ที่มุ่งเน้นการบริการประชาชน ประสิทธิภาพในการบริการนั้นนับเป็นดัชนีชี้วัดว่าองค์กรนั้นบรรลุเป้าหมายที่รัฐบาลมุ่งงบประมาณในการจัดบริการ ตัววัดที่ใช้กันมากในปัจจุบันได้จากการมาใช้บริการแล้วประชาชนมีความพึงพอใจในบริการที่หน่วยงานหรือองค์การจัดบริการแก่ประชาชนผู้มาใช้บริการ

#### 2.4.5 ความหมายและความสำคัญของความพึงพอใจกับการบริการ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525) ได้ให้ความหมายของคำว่า พึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

Vromm (1964 อ้างในเกศินี ศรีคงอยู่, 2543) กล่าวว่า ทศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งที่สามารถแทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้รับจากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทศนคติในด้านบวกจะแสดงให้เห็นถึงสภาพความพอใจในสิ่งนั้น และทศนคติในด้านลบจะแสดงให้เห็นถึงสภาพความไม่พึงพอใจ

เทพพนม เมืองแมน, สวิง สุวรรณ (2540) กล่าวถึงความพึงพอใจว่าเป็นภาวะของความพึงพอใจหรือภาวะการณที่มีอารมณ์ในทางบวกที่มีผลเกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินประสบการณ์ของคน ๆ หนึ่ง สิ่งที่ขาดหายไประหว่างการเสนอให้กับสิ่งที่ได้รับจะเป็นรากฐานแห่งความพอใจและไม่พอใจได้

Risser (1975 อ้างถึงใน จิรพันธ์ ช่อประพันธ์, 2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจต่อบริการเป็นระดับของความสอดคล้องระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการหรือผู้ป่วยต่อการดูแลการให้พยาบาลที่ได้รับตามความจริง

Aday, Anderson (1975 อ้างในเกศินี ศรีคงอยู่, 2543) ได้ชี้พื้นฐาน 6 ประเภทที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ดังนี้

1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ (Convenience) มีรายละเอียด ดังนี้
  - (1) การใช้เวลารอคอยในสถานบริการ
  - (2) การได้รับการดูแลเมื่อมีความต้องการ
  - (3) ความสะดวกสบายที่ได้รับจากสถานบริการ
2. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ (Coordination) มีรายละเอียด ดังนี้
  - (1) ผู้ป่วยได้รับบริการทุกประเภทตามความต้องการของผู้ป่วย
  - (2) แพทย์ให้ความสนใจสุขภาพทั้งหมดของผู้ป่วยทั้งทางร่างกาย และจิตใจ
  - (3) แพทย์ได้ติดตามผลการรักษา
3. ความพึงพอใจต่ออัธยาศัยความสนใจของผู้ให้บริการ (Courtesy) ได้แก่ การแสดงอัธยาศัยท่าทางที่ดีเป็นกันเองของผู้ให้บริการ และความสนใจห่วงใยต่อผู้ป่วย
4. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ (Medical information)
5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ (Quality of care) ได้แก่ คุณภาพของการดูแลทั้งหมดที่ผู้ป่วยได้รับในทัศนะของผู้ที่มีต่อการบริการ



6. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (Out-of pocket cost) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ผู้ป่วยจ่ายไปกับการรักษาความเจ็บป่วย

Ware et al., 1983 cited in Wood (1997 อ้างถึงใน จิรพรรณ ช่อประพันธ์, 2546) ได้ อธิบายความพึงพอใจของผู้ป่วยว่า มีรูปแบบต่าง ๆ ที่นำไปสู่ความพึงพอใจได้ 8 ทิศทาง ดังนี้

1. มีศิลปะของการดูแล คือ ปริมาณการดูแลแก่ผู้ป่วย
2. มีเทคนิคคุณภาพในการดูแล คือ สมรรถภาพในการทำงานของผู้ให้บริการ อันบ่งบอก ถึงความมีมาตรฐานสูงเกี่ยวกับการวินิจฉัยและการรักษา
3. มีการให้ความสะดวกสบาย คือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดเตรียมเพื่อให้ได้รับการ ดูแลจากแพทย์
4. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานที่ให้การดูแลที่ดี
5. การเงิน ซึ่งก็เป็นความสามารถในการใช้จ่ายเพื่อการรักษาพยาบาล
6. มีความสามารถและความพร้อมของผู้ให้บริการ
7. มีความต่อเนื่องในการดูแลรักษาให้ความสม่ำเสมอในการดูแล
8. มีประสิทธิภาพและผลลัพธ์ของการดูแลที่ดี หมายถึง คุณภาพของการให้บริการแก่ ผู้ป่วย เพื่อจะทำให้ภาวะสุขภาพดีขึ้นหรือคงสภาพเดิมไว้ได้

Wallestein (1971 อ้างถึงใน สมปอง จันตรี, 2545) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับความสำเร็จตามมุ่งหมาย หรือเป็นความรู้สึกขั้น สุดท้าย (End – state in Felling) ที่ได้รับความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

Wolman (1973 อ้างถึงใน สมปอง จันตรี, 2545) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (Felling) มีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความ ต้องการ (Wants) หรือ แรงจูงใจ (Motivations)

Tiffin and Esters (1965 อ้างถึงใน สมปอง จันตรี, 2545) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็น แรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการพื้นฐาน ( Basic Needs ) มีความเกี่ยวข้องกันอย่าง ใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์ และสิ่งจูงใจ ( Incentive ) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

Shelly (1975 อ้างถึงใน สมปอง จันตรี, 2545) ได้สรุปทฤษฎีความพึงพอใจไว้ว่า เป็น ความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ซึ่งความรู้สึกของ มนุษย์จะตกอยู่ในกลุ่มความรู้สึกสองแบบนี้ ความรู้สึกทางบวก คือ ความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะ ทำให้เกิดความสุข ความรู้สึกนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ คือ เป็น ความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิดความสุข หรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้น อีกได้ จะเห็นได้ว่า ความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่า ความรู้สึกทางบวกอื่นๆ

ความรู้สึกทางบวก ความรู้สึกทางลบและความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพอใจ โดยความพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ ความพอใจสามารถแสดงออกมาในรูปแบบของความรู้สึกทางบวกแบบต่างๆ ได้ และความรู้สึกทางบวกนี้ยังเป็นตัวช่วยให้เกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้นได้อีก

ทฤษฎีแสวงหาความพอใจ (ศิริโสภาคย์ บุรพาเดช, 2518 อ้างถึงใน สมปอง จันทรี, 2545) ทฤษฎีนี้กล่าวว่า บุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใดๆ ที่ให้ความสุข และจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก อาจแบ่งประเภทความพอใจกรณีนี้ได้ 3 ประเภท คือ

1. ความพอใจด้านจิตวิทยา (Psychological Hedonism) เป็นทฤษฎีของความพอใจว่า มนุษย์โดยธรรมชาติแล้วต้องแสวงหาความสุขส่วนตัว หรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใดๆ

2. ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (Egoistic Hedonism) เป็นทฤษฎีของความพอใจว่า มนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่า การแสวงหาความสุขจะต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป

3. ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (Ethical Hedonism) ทฤษฎีนี้ถือว่า มนุษย์แสวงหาความสุข เพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษย์หรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ และจะเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์นี้ผู้หนึ่งด้วย

นักจิตวิทยาที่สนับสนุนทฤษฎีนี้กล่าวว่า คนถูกจูงใจให้กระทำเรื่องมาจากการกระทำนั้นๆ จะทำให้คนได้รับความพอใจ อารมณ์จึงกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม

ฮิลการ์ดและคณะ (1971 อ้างถึงใน สมปอง จันทรี, 2545) กล่าวว่า สิ่งจูงใจ (Incentive) ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจเป็นสิ่งจูงใจทางบวก (Positive Incentive) ซึ่งได้แก่ กิจกรรมต่างๆ ซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมทางวัตถุที่จะสร้างความพึงพอใจตามเงื่อนไขของความต้องการ เช่น อาหารเป็นสิ่งจูงใจที่สร้างความพึงพอใจต่อแรงขับ (Drives) เกี่ยวกับความหิว น้ำเป็นสิ่งจูงใจที่สร้างความพึงพอใจต่อแรงขับเกี่ยวกับความกระหาย อย่างไรก็ตาม บางครั้งสิ่งจูงใจทางบวกก็ไม่ได้สร้างความพอใจต่อความต้องการทางกายภาพ แต่อาจเกิดจากเหตุผลเฉพาะตัวของบุคคล เช่น รสหวาน อาจเป็นความพึงพอใจของแต่ละบุคคล แม้ว่าจะไม่ได้ให้คุณค่าทางอาหาร

ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่บุคคลมีการประเมินผลการให้บริการทางสุขภาพในรูปแบบต่างๆ ที่ออกมาในทางบวก และทางลบ ความพึงพอใจถือได้ว่าเป็นเกณฑ์อย่างหนึ่งที่ใช้วัดคุณภาพของการให้บริการซึ่ง Parasuraman, Zeithaml, Berry (1985 อ้างถึงใน ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์, 2549) ได้ทำการศึกษาวิจัยพัฒนารูปแบบของกรอบแนวคิดคุณภาพบริการ และระเบียบวิธีสำหรับการวัดการรับรู้คุณภาพบริการของผู้รับบริการ ผลการศึกษาพบว่า ในการรับบริการนั้นผู้รับบริการจะใช้เกณฑ์ 10 ประการ ในการกำหนดคุณภาพการบริการ คือ

1. ความไว้วางใจได้ (Reliability) บริการที่ให้นั้นจะต้อง มีความถูกต้อง แม่นยำและเหมาะสม ตั้งแต่ครั้งแรกรวมทั้งต้องมีความสม่ำเสมอ คือ บริการทุกครั้งต้องได้ผลเช่นเดิม ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกได้ว่า ผู้ให้บริการเป็นที่พึ่งได้

2. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ (Responsiveness) ผู้ให้บริการจะต้องมีความพร้อม และเต็มใจที่จะบริการ สามารถตอบสนองความต้องการต่าง ๆ ของผู้มารับบริการได้ทันทีทั้งที่ เช่น โรงพยาบาลมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ มีความพร้อมที่จะรับผู้ป่วยฉุกเฉินต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว สามารถจัดบริการได้ตามความต้องการของผู้ป่วยได้อย่างเหมาะสม มีการสื่อสารที่ดีในการชี้แจงการบริการทุกครั้ง เป็นต้น

3. สมรรถภาพในการให้บริการ (Competence) ผู้ให้บริการต้องมีทักษะ และมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ สามารถแสดงให้ผู้รับบริการประจักษ์และตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการได้ เช่น แพทย์มีความเชี่ยวชาญ มีความสามารถในการรักษาโรค ในขณะที่บุคคลอื่น ๆ ในทีมสุขภาพต้องมีความรู้ความสามารถในสาขาวิชาของตน และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกันได้ในการให้บริการอย่างเต็มที่

4. การเข้าถึงบริการ (Access) ผู้มารับบริการจะต้องเข้าถึงที่บริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการมารับบริการ ระเบียบขั้นตอนไม่มากมายซับซ้อนเกินไป บริการนั้นจะต้องกระจายไปอย่างทั่วถึง เช่น การคมนาคมสะดวก การบริการเป็นระเบียบ รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้มารับบริการ การบริการเป็นไปอย่างเสมอภาค เป็นต้น

5. ความสุภาพอ่อนโยน มีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนั้น จะต้องมีความสุภาพ มีความเอาใจใส่ เห็นอกเห็นใจผู้มารับบริการ รวมทั้งการมีกิริยามารยาท การแต่งกายสุภาพ ใช้วาจาที่เหมาะสม มีบุคลิกภาพที่ดี

6. การติดต่อสื่อสารที่ถูกต้องเหมาะสม (Communication) การสื่อสารมีความสำคัญมากต่อคุณภาพของการบริการ นอกจากจะเป็นขั้นตอนหนึ่งของการให้บริการแล้วยังจัดเป็นการบริการอีกลักษณะหนึ่ง ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงควรมีการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องแก่ผู้มารับบริการ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการรักษา

7. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความน่าเชื่อถือเกิดจากความซื่อสัตย์ ความจริงใจ ความสนใจอย่างแท้จริงของผู้ให้บริการที่มีต่อผู้รับบริการ ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญมากที่สุดประการหนึ่ง สำหรับการให้บริการทางสุขภาพและส่งผลให้ผู้มารับบริการมากขึ้น มีการพูดปากต่อปาก และอาจเกิดจากปัจจัยเสริมอื่น ๆ เช่น ชื่อและชื่อเสียงของศูนย์สุขภาพ หรือโรงพยาบาล บุคลากรต่าง ๆ

8. ความปลอดภัย (Security) ได้แก่ความรู้สึกที่มั่นใจว่าความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน รวมทั้งชื่อเสียง การปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตราย และข้อสงสัยต่าง ๆ เช่น การรักษาความลับของผู้ป่วย การรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

9. ความเข้าใจและรู้จักผู้มารับบริการ (Understanding/knowning the customer) ผู้ให้บริการจะต้องมีความเข้าใจและรู้จักผู้มารับบริการ เช่น พยาบาลสามารถจำชื่อผู้ป่วยของตนได้ การมีระบบเก็บรักษาข้อมูลในอดีตของผู้ป่วย

10. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) บริการที่นำเสนอออกมาเป็นรูปธรรม จะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ๆ ได้ชัดเจนและง่ายขึ้น เช่น การที่โรงพยาบาลมีสถานที่ใหญ่โตหรูหรา มีเครื่องมือที่ทันสมัย ราคาแพงรวมทั้งราคาของบริการนั้น ๆ ในบางครั้งก็สามารถทำให้ผู้มารับบริการรู้สึกว่าได้รับบริการที่ดีกว่า

การวัดความพึงพอใจของสมาชิกในศูนย์กีฬาหรือศูนย์สุขภาพก็เช่นเดียวกัน ถือเป็นระบบการจัดการองค์กร ที่มุ่งเน้นการบริการ เพื่อส่งเสริมสุขภาพ และคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งในการถามความพึงพอใจของการบริการนั้นต้องกำหนดมิติคุณภาพ (Quality dimension) ของการถามให้อยู่ภายในกรอบของการดำเนินงานในแต่ละองค์กรโดย Parasuraman et.al.(1985 อ้างถึงใน ณัฐพัชร ล้อประดิษฐ์พงษ์, 2549) ซึ่งศึกษาถึงปัจจัยสำคัญของ "คุณภาพงานด้านบริการ" ที่ลูกค้าให้ความสำคัญ พบว่า มีองค์ประกอบ 5 ประการ คือ ประการแรกบริการที่ดีต้องจับต้องได้ (Tangibles) เช่นคุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ให้บริการ ประการที่สอง บริการที่ดีต้องไวใจได้ มีความน่าเชื่อถือและถูกต้องแม่นยำไม่ว่าจะมาใช้บริการเมื่อไร (Reliabilities) ประการที่สาม มีความมุ่งมั่นเต็มใจให้บริการและพร้อมให้บริการเสมอ (Responsiveness) ประการที่สี่ พนักงานที่ให้บริการต้องมีความรู้ความชำนาญและมีมารยาท สามารถสร้างความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นเมื่อมาใช้บริการ และประการที่ห้า พนักงานต้องเอาใจใส่ลูกค้า สามารถดูแลลูกค้าแต่ละบุคคลที่มีความต้องการแตกต่างกันได้อย่างเหมาะสม และเนื่องจากศูนย์กีฬาหรือศูนย์สุขภาพเป็นองค์กรที่ซับซ้อน มีทั้งสินค้าและบริการภายในองค์กร สิ่งที่เหมือนกันในความเห็นของผู้เชี่ยวชาญในด้านการจัดการศูนย์กีฬาหรือศูนย์สุขภาพ คือ การให้บริการลูกค้าที่ดีต้องมีกระบวนการภายในที่มีประสิทธิภาพ และผู้ให้บริการต้องได้รับปัจจัยหรือบริการภายในองค์กรที่ดีมาก่อน โดยมีแนวคิดที่ว่า หน่วยงานถัดไปก็คือลูกค้าภายใน (Internal Customer) ซึ่ง Kennedy และ Young (1989) ได้ทำการศึกษาลูกค้า พบว่า มิติคุณภาพที่ลูกค้าภายในมักให้ความสำคัญประกอบด้วย

- Availability of support หมายถึง ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ
- Responsiveness of support หมายถึง การตอบสนองอย่างรวดเร็วของผู้ให้บริการ
- Timeliness of support หมายถึง การให้บริการที่ตรงต่อเวลา และผลงานบรรลุภายในกรอบระยะเวลาที่กำหนด

- Completeness of support หมายถึง บริการที่ส่งมอบครบถ้วนสมบูรณ์
- Pleasantness of support หมายถึง การให้บริการอย่างมีอาชีพ และสร้างความประทับใจ

แม้ว่าจะสามารถกำหนดมิติคุณภาพหรือกรอบในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าได้แล้ว แต่มิติคุณภาพเหล่านี้ยังมีรายละเอียดไม่เพียงพอที่จะตั้งคำถามได้ เนื่องจากมิติคุณภาพเป็นคำกว้าง ๆ เป็นคำสำคัญ (Key word) ที่สำคัญ ซึ่งลูกค้าอาจมีความเข้าใจที่แตกต่างกันกับ Key word เหล่านี้ ดังนั้นต้องมีการขยายความมิติคุณภาพหรือยกตัวอย่างพฤติกรรม หรือยกตัวอย่างที่สอดคล้องกับมิติคุณภาพเหล่านั้น กล่าวโดยสรุป คือ มิติคุณภาพเปรียบเสมือนหัวข้อหรือประเด็นหลักที่เราใช้สำรวจความพึงพอใจ แต่เนื้อหาหรือข้อคำถามที่จะถามนั้นต้องตั้งให้สอดคล้องและสะท้อนถึงมิติคุณภาพนั้นได้ จึงสามารถวัดความพึงพอใจออกมาได้

#### 2.4.6 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

ในการวัดความพึงพอใจนั้น ย่อมมีตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวัด ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรม เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่มีการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ซึ่งมีดังนี้

1. เพศ : พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการ จากผลการศึกษาของ ปรุง โกมารทัตและคณะ ( 2536 อ้างถึงใน จิรพรรณ ช่อประพันธ์, 2546) พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริการที่ไม่แตกต่างกัน  $P > 0.05$  (วรรณุช พลัสสวาท, 2540; จารุณี มิเวียงศรี, 2542; อ้างถึงใน จิรพรรณ ช่อประพันธ์, 2546 ) ซึ่งขัดแย้งกับผลการศึกษาที่พบว่า เพศต่างกันจะมีความพึงพอใจ ในการมาใช้บริการที่แตกต่างกัน  $P < 0.05$  (วิภาวรรณ น้อยภู และคณะ, 2543; ไพศาล ดวงชาทรม, 2544 อ้างถึงใน จิรพรรณ ช่อประพันธ์, 2546) โดยผู้ชายมีแนวโน้มพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง (Khayat และ Salter, 1994; Nugyen Thi et al., 1997 อ้างถึงใน จิรพรรณ ช่อประพันธ์, 2546 )

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาตัวแปรว่า เพศจะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกศูนย์สุขภาพหรือไม่ อย่างไร

2. อายุ : เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ดังเช่นการศึกษาของอนงค์ เอื้อวัฒนา (2542) ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลอำนาจเจริญ พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.24 และเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยอายุ 45 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจมากกว่า 25-34 ปี (จารุณี ภูมิเวียงศรี, 2542; วดี สุขสมบูรณ์และคณะ, 2537 อ้างถึงใน จิรพรรณ ช่อประพันธ์, 2546) ซึ่งมีความสัมพันธ์ที่คล้ายคลึงกันกับการศึกษาที่พบว่า ผู้มีอายุมากกว่าจะมีความพึงพอใจในการ

บริการสูงกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า (Houts et al., 1986; Blanchard et al., 1990; Zahr et al., 1991; Williams, Calnan, 1991 cited in Sitzia, Wood, 1997 อ้างถึงใน จิรพรรณ ช่อประพันธ์, 2546 )

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาตัวแปรอายุว่า จะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกศูนย์สุขภาพหรือไม่ อย่างไร

## 2.5 หลักการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ

การออกกำลังกายอย่างถูกต้องและเหมาะสม ทำให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกายในทุกส่วน ซึ่งหลักการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ (ศูนย์วิทยาศาสตร์การกีฬา, 2536) กล่าวไว้ในวารสารของการกีฬามีดังนี้

### หลักของการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ

1. ต้องใช้วิธีค่อยเป็นค่อยไป คือ เริ่มต้นด้วยปริมาณน้อยและการออกกำลังกายค่อยๆ ค่อยๆ เพิ่มปริมาณขึ้น และเพิ่มความยากขึ้นเป็นลำดับตามไปกับร่างกายที่เจริญขึ้น

2. ต้องให้ทุกส่วนของร่างกายได้ออกกำลัง ไม่ควรให้เป็นแต่เฉพาะส่วนใดส่วนหนึ่ง มิฉะนั้นผลที่ได้จะไม่ดีและอาจทำเหตุยุ่งยากได้หลายอย่าง

3. การออกกำลังกายควรทำสม่ำเสมอ จะทำทุกวันหรือทุก 2 วันหรือ 3 วัน ก็ได้แล้วแต่เหตุการณ์และความสะดวก แต่ควรทำเรื่อยๆ ตามกำหนดที่วางไว้ อนึ่ง ถ้าไม่มีเหตุขัดข้องจำเป็นต้องทำในเวลาเดียวกันทุกครั้ง อาจจะเป็นเวลาเช้าเมื่อตื่นนอนหรือเวลาบ่ายหรือค่ำก็ได้

### คุณประโยชน์ของการออกกำลังกายในแง่การแพทย์

ร่างกายมนุษย์ถูกสร้างขึ้นมาให้มีการเคลื่อนไหว หากมีการเคลื่อนไหวน้อย คือไม่ค่อยได้ออกกำลังกาย อาจเป็นสาเหตุให้เกิดความผิดปกติของร่างกายและโรคภัยบางชนิดได้ ซึ่งเป็นปัญหาทางการแพทย์ที่พบบ่อยในปัจจุบัน ในแง่การแพทย์ การออกกำลังกายอาจเปรียบได้กับยา สารพัดประโยชน์ เพราะใช้เป็นยารักษาได้ เป็นยาป้องกันก็ได้และเป็นยารักษาหรือฟื้นฟูสภาพร่างกายก็ได้ แต่ขึ้นชื่อว่ายาแล้วไม่ว่าจะวิเศษเพียงไรก็จะต้องใช้ด้วยขนาดหรือปริมาณที่เหมาะสมแก่แต่ละคน การใช้โดยไม่คำนึงถึงขนาดหรือปริมาณที่เหมาะสม นอกจากอาจไม่ได้ผลแล้วยังอาจเกิดโทษจากยาได้ด้วย

การใช้การออกกำลังกายเป็นประโยชน์ในทางการแพทย์ คือ การจัดชนิด ความหนัก ความนาน และความบ่อยของการออกกำลังกายให้เหมาะสมกับเพศ วัย สภาพร่างกาย และ วัตถุประสงค์ (บำรุง ป้องกัน บำบัด หรือฟื้นฟูสภาพ) ของแต่ละคน เปรียบได้กับการใช้ยาซึ่งถ้าหากสามารถจัดได้เหมาะสมจะให้คุณประโยชน์ ดังต่อไปนี้

1. การเจริญเติบโต การออกกำลังกายจัดเป็นปัจจัยสำคัญอันหนึ่งที่มีผลกระทบต่อ การเจริญเติบโต เด็กที่ไม่ค่อยได้ออกกำลังกายแต่มีอาหารการกินอุดมสมบูรณ์ อาจมีส่วนสูงและ น้ำหนักตัวมากกว่าเด็กในวัยเดียวกันโดยเฉลี่ย แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมีไขมันมากเกินไป มีกระดูกเล็ก หัวใจมีขนาดเล็กเมื่อเทียบกับน้ำหนักตัว และอาจเห็นการ विकูลรูปจากภายนอกได้ชัดเจน เช่น เข่า ชิดกัน อ้วนแบบจุ เป็นต้น ซึ่งถือว่าเป็นการเจริญเติบโตที่ผิดปกติ ตรงข้ามกับเด็กที่มีการออกกำลัง กายถูกต้องสม่ำเสมอ ร่างกายจะผลิตฮอร์โมนที่เกี่ยวกับการเจริญขึ้นพร้อมกันไปทั้งขนาดรูปร่าง และหน้าที่การทำงานและเมื่อประกอบกับผลของการออกกำลังที่ทำให้เจริญอาหาร การย่อยและ การขับถ่ายดี เด็กที่มีการออกกำลังกายอย่างถูกต้องและสม่ำเสมอ จึงมีการเจริญเติบโตดีกว่าเด็ก ที่ขาดการออกกำลังกาย

2. รูปร่างทรวดทรง การออกกำลังกายอาจจัดเป็นได้ทั้งยาป้องกันและยารักษาการเสีย ทรวดทรง ซึ่งการเสียทรวดทรงในช่วงการเจริญเติบโตตั้งข้อ 1 ย่อมป้องกันได้ด้วยการออกกำลัง กาย แต่เมื่อเติบโตเต็มที่แล้วการขาดการออกกำลังกายยังสามารถทำให้ทรวดทรงเสียไปได้มาก เช่น ตัวเอียง หลังอ พุงป่อง ซึ่งทำให้เสียบุคลิกได้อย่างมาก ในระยะนี้ การกลับมาออกกำลังกาย อย่างถูกต้องเป็นประจำสม่ำเสมอยังสามารถแก้ไขให้ทรวดทรงกลับดีขึ้นมาได้ บางอย่างอาจต้อง ใช้เวลานานเป็นเดือน เป็นปี แต่บางอย่างอาจเห็นผลภายในเพียงไม่ถึงหนึ่งเดือน

3. สุขภาพทั่วไป เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า การออกกำลังกายเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ ถึงแม้ว่าจะไม่มีหลักฐานแน่ชัดว่าการออกกำลังกายจะสามารถเพิ่มภูมิคุ้มกันต่อโรคที่เกิดจาก การติดเชื้อได้ แต่มีหลักฐานที่บ่งบอกว่าผู้ที่ออกกำลังกายย่อมมีสุขภาพดีกว่าผู้ขาดการออกกำลัง กาย คือ การที่อวัยวะต่างๆ มีการเจริญดีทั้งรูปร่างและหน้าที่การงาน โอกาสของการเกิดโรคที่ไม่ใช่ โรคติดเชื้อ เช่น โรคการเสื่อมสภาพในการทำงานของอวัยวะเองจึงมีน้อยกว่า

4. สมรรถภาพทางกาย ถ้าจัดการออกกำลังกายเป็นยาบำรุง การออกกำลังกายถือเป็น ยาบำรุงเพียงอย่างเดียวที่สามารถเพิ่มสมรรถภาพทางกายได้ เพราะไม่มียาใดๆ ที่สามารถทำให้ ร่างกายมีสมรรถภาพเพิ่มขึ้นได้อย่างแท้จริงและถาวร ยาบางอย่างอาจทำให้ผู้ใช้สามารถทน ทำงานบางอย่างได้นานกว่าปกติ แต่เมื่อทำไปแล้วร่างกายก็จะอ่อนเพลียกว่าปกติจนต้องพักผอน นานกว่าปกติ หรือร่างกายทรุดโทรมลงไป อย่างไรก็ตาม เราสามารถสร้างเสริมสมรรถภาพทาง กาย เช่น ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ ความอ่อนตัว ความอดทน ด้วยการออกกำลังกายที่ใช้ สมรรถภาพด้านนั้นๆ

5. การป้องกันโรค การออกกำลังกายสามารถป้องกันโรคร้ายหลายชนิด โดยเฉพาะโรคที่ เกิดจากการเสื่อมสภาพของอวัยวะอันเนื่องจากการมีอายุมากขึ้น ประกอบกับปัจจัยอื่นๆ ใน ชีวิตประจำวัน เช่น การกินอาหารเกิน ความเคร่งเครียด การสูบบุหรี่หรือการดื่มสุรา โรคเหล่านี้ ได้แก่ โรคประสาทเสียคุณภาพหลอดเลือดหัวใจเสื่อมสภาพ ความดันโลหิตสูง โรคอ้วน

โรคเบาหวาน โรคข้อต่อเสื่อมสภาพ เป็นต้น ผู้ที่ออกกำลังกายเป็นประจำมีโอกาสเกิดโรคเหล่านี้ได้ ซ้ำกว่าผู้ที่ขาดการออกกำลังกาย หรืออาจไม่เกิดขึ้นเลยจนชั่วชีวิต

6. การรักษาโรคและฟื้นฟูสภาพ โรคต่างๆ ที่กล่าวในข้อ 5 หากเกิดขึ้นแล้วมีการจัดการ ออกกำลังกายที่เหมาะสมอาจใช้เป็นวิธีการรักษาและฟื้นฟูสภาพได้ในปัจจุบัน แต่ในการจัดการ ออกกำลังกายที่เหมาะสมมีปัญหา มาก เพราะบางครั้ง โรคได้กำเริบรุนแรงจนการออกกำลังกาย แม้เพียงเบาๆ ก็เป็นข้อห้าม ซึ่งกรณีดังกล่าวควรได้รับการควบคุมและตรวจสอบโดยใกล้ชิดจาก แพทย์ผู้ทำการรักษาและการตรวจสอบ

เกษม นครเขตต์ และเน่งน้อย นครเขตต์ ( 2535 อ้างถึงใน สมปอง จันทรี, 2545) ให้ แนวความคิดเพื่อการแก้ปัญหาสุขภาพสำหรับคนยุคใหม่ที่มีพื้นฐานของปัญหาสุขภาพเปลี่ยนไป จากเดิม กล่าวคือ ปัญหาสุขภาพที่เกิดจากสภาวะแวดล้อมที่เป็นพิษ อันเป็นผลมาจาก ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี รวมทั้งสาเหตุที่มาจากมนุษย์เอง หาใช่สาเหตุที่เกิดจาก เชื้อโรคไม่ การส่งเสริมสุขภาพเป็นกระบวนการในการแก้ปัญหา คือ ป้องกันไม่ให้นบุคคลต้องอยู่ใน สภาวะที่เจ็บป่วย โดยการกำจัดปัจจัยเสี่ยงต่างๆ และทำการควบคุมมิให้ปัจจัยเสี่ยงเหล่านั้นมี ผลกระทบต่อสุขภาพของประชากร รวมทั้งทำลายปัจจัยเสี่ยงต่างๆ เหล่านั้น และมุ่งให้ผู้คน หลีกเลี่ยงต่อความเสี่ยงต่อปัญหาสุขภาพทั้งหลายของแต่ละคน จนกระทั่งกลายมาเป็นค่านิยม วิธี ปฏิบัติในด้านพฤติกรรมสุขภาพของสังคม สิ่งหนึ่งที่คนยุคใหม่ควรจะทำเพื่อส่งเสริมสุขภาพ และลดปัจจัยเสี่ยง ต่อการเกิดโรคบางโรค เช่น โรคหลอดเลือดหัวใจ ก็คือ การออกกำลังกาย ซึ่งเป็นวิธีปฏิบัติอย่างหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพ และลดปัจจัยเสี่ยงเหล่านี้ได้เป็นอย่างดี

จากความคิดเห็นของ วรศักดิ์ เพียรชอบ (2523 อ้างถึงใน สมปอง จันทรี, 2545) ได้กล่าวว่า การออกกำลังกาย คือ การที่เราทำให้ร่างกายได้ใช้แรงงานหรือกำลังงานที่มีอยู่ในตัว เพื่อให้ ร่างกายหรือส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกายเกิดการเคลื่อนไหวนั่นเอง เช่น การเดิน การกระโดด การ ทำงาน หรือการเล่นกีฬา การออกกำลังกายแต่ละกิจกรรมร่างกายต้องใช้กำลังงานมากน้อย แตกต่างกันไป ตามลักษณะของงานนั้นว่ามากน้อย หรือเบาแค่ไหน นอกจากนี้ อติเรก จิระพงศ์ (2525) ยังได้กล่าวว่า การออกกำลังกายเป็นพฤติกรรมที่มีความสำคัญและมีความจำเป็นต่อ มนุษย์ เพราะนอกจากจะทำให้สุขภาพร่างกายมีความสมบูรณ์แข็งแรงแล้ว การออกกำลังกายยังมี ส่วนเสริมสร้างสมรรถภาพในด้านต่างๆ ให้แก่มนุษย์ด้วย การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอจะช่วย ป้องกันและรักษาโรคหลายชนิด ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ วรศักดิ์ เพียรชอบ (2523 อ้างถึงใน สมปอง จันทรี, 2545) ที่ว่า จิตใจที่ผ่อนคลายจะอยู่ในเรือนร่างที่สมบูรณ์ (จากความหมายของการ ออกกำลังกายที่นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวมาแล้วข้างต้น สรุปได้ว่า การออกกำลังกาย หมายถึง การเล่น การฝึก การกระทำต่างๆ ที่ทำให้มีการเคลื่อนไหวส่วนต่างๆ ของร่างกาย โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพ เพื่อความสนุกสนานและเพื่อสังคม เป็นต้น



## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.6.1 งานวิจัยในประเทศไทย

สกล เจริญวงศ์ (2532) ได้วิจัยเรื่อง "ความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกกำลังกายของประชาชนที่ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอในกรุงเทพมหานคร" โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อทราบความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกกำลังกายของประชาชนที่ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอในกรุงเทพมหานครและเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกกำลังกายของประชาชนที่ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอในกรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกกำลังกายตามกลุ่มอายุ และกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ของประชาชนกลุ่มเดียวกัน โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นประชาชนที่ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาโดยสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า

1. ประชาชนที่ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ พบว่าเพศหญิงมีมากกว่าเพศชาย จำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่า กลุ่มอายุ 21 – 30 ปี มีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.0 กลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.8
2. ประชาชนที่ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอในกรุงเทพมหานคร กลุ่มอายุที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกกำลังกายที่แตกต่างกัน

ทองสุข สัมปหังสิต (2531) ได้วิจัยเรื่อง "การใช้เวลาว่างด้วยการออกกำลังกายของนิสิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร" โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 913 คน ผลการวิจัยพบว่า

1. นิสิตส่วนมากใช้เวลาว่างด้วยการออกกำลังกาย และจะออกกำลังกายในวันที่มีการเรียนการสอน โดยจะออกในช่วงเวลา 16.00 -18.00 น. นิสิตส่วนมากจะใช้โรงฝึกพลศึกษาเป็นสถานที่ออกกำลังกาย
2. นิสิตมีปัญหาการออกกำลังกายเพราะสถานที่ และเห็นว่าอุปกรณ์การออกกำลังกายไม่เพียงพอต่อความต้องการ
3. ความต้องการบริการการออกกำลังกายในด้านสถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกของนิสิตชายและนิสิตหญิงไม่แตกต่างกัน และนิสิตมีความต้องการดังกล่าวอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก

วีรวัฒน์ ปัญญาบุรพา (2536) ได้วิจัยเรื่อง "ความคาดหวังในการจัดการบริการด้านการออกกำลังกายเพื่อส่งเสริมสุขภาพของสมาชิกศูนย์สุขภาพในกรุงเทพมหานคร" โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 360 คน ผลการวิจัยพบว่า

1. สมาชิกชายและสมาชิกหญิงมีความคาดหวังในการจัดการบริการด้านการออกกำลังกาย ด้านช่วงวัน-เวลาในการออกกำลังกาย ในระดับมาก คือ วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ช่วงเวลาเย็นหลังเลิกงาน (16.30-19.00) ด้านกิจกรรมในการออกกำลังกาย คือ การวิ่ง ว่ายน้ำ ส่วนด้านวิชาการ (ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย) ด้านสถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบุคลากรผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ

2. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความคาดหวังในการจัดการบริการด้านการออกกำลังกายของสมาชิกชายกับสมาชิกหญิง พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เกือบทุกข้อ

สถิตย์ ทิวพุดชา (2546) ได้วิจัยเรื่อง "ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของศูนย์สุขภาพชุมชน กรณีศึกษา : ศูนย์สุขภาพชุมชนในอำเภอขามทะเลสอ จังหวัดนครราชสีมา" โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 114 คน ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์สุขภาพชุมชน อำเภอขามทะเลสอ จังหวัดนครราชสีมา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ ด้านอรรถาศัย ความสนใจและความพร้อมของผู้ให้บริการ ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ด้านข้อมูลคำแนะนำที่ได้รับจากการบริการ ด้านคุณภาพบริการ ด้านความพร้อมของสถานบริการ และด้านการประสานงานของการบริการ

สมปอง จันทร์ (2546) ได้วิจัยเรื่อง "ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการศูนย์กีฬา สนามกีฬาสมโภชเชียงใหม่ 700 ปี" โดยใช้ตัวแปรในการศึกษาจำนวน 9 ตัวแปร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้มาใช้บริการศูนย์กีฬา สนามกีฬาสมโภชเชียงใหม่ 700 ปี ทั้งที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจต่อศูนย์กีฬา สนามกีฬาสมโภชเชียงใหม่ 700 ปี ด้านสถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย และด้านการบริการ อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการกับตัวแปร พบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ความถี่ในการออกกำลังกายต่อสัปดาห์ และชนิดกีฬา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับตัวแปรเพศ ระยะเวลาที่ใช้บริการ และสถานภาพการเป็นสมาชิก มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 2.6.2 งานวิจัยต่างประเทศ

โอกูระ และยามากูชิ (Ogura and Yamagushi, 1988) ได้ศึกษาถึงสาเหตุของการออกจากความเป็นสมาชิกศูนย์สุขภาพ : กรณีศึกษา จากการจัดการพบว่า จำนวนศูนย์สุขภาพในญี่ปุ่นมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในเวลา 5 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากความตื่นตัวทางด้านสุขภาพ แต่อย่างไรก็ตาม จำนวนการออกจากการเป็นสมาชิกกลายเป็นปัญหาสำคัญสำหรับศูนย์สุขภาพ วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้างนี้ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ของการเข้าเป็นสมาชิกศูนย์สุขภาพกับการออกจากการเป็นสมาชิก ข้อมูลได้จากศูนย์สุขภาพในโตเกียว ประมาณ 3,000 คน กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยสมาชิกใหม่ (N=236) ซึ่งเข้าเป็นสมาชิกศูนย์สุขภาพในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2530 แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม ตามความถี่ของการใช้บริการในช่วง 2 เดือนแรก กลุ่มที่ 1 ผู้ใช้ระดับน้อย (0-1 ครั้ง) กลุ่มที่ 2 ผู้ใช้ระดับปานกลาง (2-5 ครั้ง) และกลุ่มที่ 3 ผู้ใช้ระดับมาก (6-31 ครั้ง) ค่าเฉลี่ยของระดับการออกจากการเป็นสมาชิกของแต่ละกลุ่ม ในช่วง 6 เดือนต่อมา มีสถิติเพิ่มขึ้น สาเหตุของการออกจากการเป็นสมาชิก พบว่า ระดับการออกจากการเป็นสมาชิกของกลุ่มผู้ใช้ระดับน้อยจะสูงที่สุดใน 3 กลุ่ม ส่วนความถี่ของผู้ใช้บริการระดับมากแสดงให้เห็นระดับความคงที่อย่างต่อเนื่อง ทำให้พิจารณาได้ว่าความถี่ในการใช้บริการระหว่าง 2 เดือนแรกเป็นส่วนหนึ่งนำไปสู่การตัดสินใจออกจากการเป็นสมาชิกในศูนย์สุขภาพ

ยามากูชิ และโอกาดะ (Yamaguchi and Okada, 1988) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกศูนย์สุขภาพ: ตามการรับรู้ของผู้ใช้บริการ พบว่า แม้ว่าการมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬา และการออกกำลังกายจะเพิ่มมากขึ้น แต่ความตั้งใจที่จะเข้าร่วมกับโปรแกรมกีฬายังมีน้อย วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้างนี้ คือ ตรวจสอบปัจจัยในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของศูนย์สุขภาพ ตามการรับรู้ของผู้ใช้บริการ ปัจจัยต่าง ๆ มีดังนี้

1. ความพึงพอใจใน อุปกรณ์ สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก
2. ความพึงพอใจต่อการบริการของเจ้าหน้าที่
3. ความพึงพอใจในกิจกรรมการออกกำลังกาย

ข้อมูลเหล่านี้ได้มาจากสมาชิก 186 คน ของศูนย์สุขภาพเอกชน 5 สาขา ในโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น การวิเคราะห์ข้อมูลใช้หาความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ทดสอบสมมติฐานเพื่ออธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกศูนย์สุขภาพ พบว่า ปัจจัยที่มีผล คือ ความพึงพอใจในอุปกรณ์ สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก ความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ และความพึงพอใจในกิจกรรมการออกกำลังกายมีผลต่อการเข้าร่วม โดยความพึงพอใจในกิจกรรมการออกกำลังกายมากที่สุด ซึ่งการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของศูนย์สุขภาพชุมชน ส่วนใหญ่พิจารณาจากการจัดการที่ดีของศูนย์สุขภาพ

อเล็กซานดริส และพาเลียเลีย (1999) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจของสมาชิกศูนย์สุขภาพของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษามิติคุณภาพของหลักการการเกิดความพึงพอใจของสมาชิกในศูนย์สุขภาพ และพัฒนามาตรฐานในการสร้างมาตรวัดความพึงพอใจ โดยกลุ่มตัวอย่างใช้สมาชิกศูนย์สุขภาพในประเทศไทย 8 แห่งจำนวน 200 คน โดยมีมิติคุณภาพในการวัด 5 ด้าน คือ ด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านจิตวิทยาและประโยชน์ที่ได้รับ ด้านการผ่อนคลาย ด้านสังคม และด้านสุขภาพและสมรรถภาพ ซึ่งมีมิติคุณภาพในการวัด 20 มิติ คุณภาพ พบว่า ความพึงพอใจทั้ง 5 ด้าน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น ความพึงพอใจด้านสังคมอยู่ในระดับปานกลางมีความพึงพอใจน้อยที่สุด