

คุณภาพการให้บริการที่เป็นเลิศกับความประทับใจ ของผู้ใช้บริการในสถาบันอุดมศึกษา

Quality of service excellence and customer satisfaction in higher education institution

สุภัทสรดา วิชากุล*

บทคัดย่อ

การจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาปัจจุบันมีการแข่งขันสูง ปัจจัยที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งคือ “คุณภาพการบริการ (Service Quality)” ที่ “ผู้ใช้บริการ” ได้แก่ นักศึกษา ผู้ปกครอง และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ ที่พึงได้รับ คุณภาพของการบริการ (Service Quality) จึงเป็นสิ่งที่ “ผู้ให้บริการ” ได้แก่ บุคลากรของสถาบันอุดมศึกษาควรที่จะหิบบยืนและส่งเสริมความประทับใจให้แก่ผู้ใช้บริการ การสร้างคุณภาพการให้บริการที่เป็นเลิศจำต้องอาศัยองค์ประกอบหลายด้านในการดำเนินงาน สถาบันอุดมศึกษาจึงตระหนักถึงการส่งเสริมบริการที่มีคุณภาพ โดยมีการกำหนดเป็นคุณค่าร่วมขององค์กรให้เห็นเด่นชัด

จากการศึกษาแนวคิดการให้บริการที่เป็นเลิศของนักวิชาการในประเทศ และแนวคิดการให้บริการที่เป็นเลิศของหน่วยงานต่างประเทศต่างมีข้อสรุปที่ตรงกันว่า การสร้างคุณภาพการให้บริการที่เป็นเลิศเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ใช้บริการนั้น ผู้ให้บริการจะต้องยึดผู้มาใช้บริการเป็นศูนย์กลาง (People-Serving-People) โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญในการพัฒนาการให้บริการสู่ความเป็นเลิศ 3 ประการ คือ 1) การพัฒนาบุคลากรผู้ให้บริการ 2) การพัฒนาระบบขั้นตอนกระบวนการให้บริการ และ 3) การพัฒนาสถานที่/การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการ รวมทั้งการจัดให้มีบริการประเมินผลเพื่อนำไปปรับปรุงระบบการให้บริการอย่างต่อเนื่อง อันจะนำไปสู่การสร้างภาพพึงพอใจ และความประทับใจของผู้ใช้บริการในระยะยาว ตลอดจนยังเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสถาบันอุดมศึกษามากยิ่งขึ้นด้วย

Abstract

Higher education management is currently highly competitive. The important and necessary factor is “Service Quality” which “Service Users” such as students, parents and other stakeholders should receive. The Service Quality that “Service Providers” who are the personnel of higher education institutions should provide and deliver an impression to the service users. The creation of the quality of service excellence need to rely on many elements in the operation. The higher education institutions are aware of delivering quality services by clearly stipulating as core values of the organization.

* ผู้ช่วยอธิการบดี มหาวิทยาลัยคริสเตียน อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเลขานุการทางการแพทย์ คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยคริสเตียน

The study of the concept of service excellence of academicians in the country and the concept of service excellence of international sectors revealed the same conclusion that in order to create the quality of service excellence to impress the service users, the service providers must retain their users centrally (People-Serving-People) which consists of three significant components for service excellence development as follows; 1) service provider development, 2) service process development, and 3) development of places/ service facilities. In addition, conducting an evaluation continually for an improvement of the service system will lead to the satisfaction and impression of long-term users and the good image of higher education institutions.

บทนำ

ปัจจุบันการจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษามีภาวะการแข่งขันสูง คุณภาพการบริการ (Service Quality) จึงเป็นปัจจัยสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งของสถาบันอุดมศึกษาที่ “ผู้ให้บริการ” ได้แก่ นักศึกษา ผู้ปกครอง ศิษย์เก่า ประชาชน รวมทั้งผู้มาใช้บริการกลุ่มต่างๆ ที่พึงได้รับจาก “ผู้ให้บริการ” ได้แก่ บุคลากรของสถาบันอุดมศึกษาในฐานะ “ผู้ให้บริการ” ได้หยยยื่นและส่งเสริมความประทับใจของการบริการที่เป็นเลิศให้เพื่อสร้างผลลัพธ์จากการส่งมอบบริการที่ดีให้ผู้ให้บริการได้รับความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) และก่อให้เกิดสัมพันธ์ที่ดีแก่ผู้ใช้บริการ (Customer Relationship) รวมทั้งเพื่อกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการเหล่านั้นกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง (Customer Retention) ตลอดจนเป็นการสร้างฐานให้ผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์ในระยะยาวและก่อให้เกิดความประทับใจกับการให้บริการของสถาบันอุดมศึกษาแต่ละแห่งไปอย่างยาวนาน (Customer Loyalty) ดังนั้น การสร้างคุณภาพการให้บริการที่เป็นเลิศของสถาบันอุดมศึกษาจึงต้องอาศัยแนวคิด กลวิธี และแนวทางที่ชัดเจนในการที่จะส่งมอบคุณภาพการให้บริการแก่ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

พิลลิทท์ พิตพัฒนโภาคากุล (2553: 25) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ (Service Quality) เป็นแนวคิด

ด้านการจัดการที่เปลี่ยนจากการเน้นความเป็นเลิศด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์มาเป็นการพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นแนวคิดที่เกิดจากความต้องการของภาคธุรกิจที่จะทำเพื่อให้องค์กรของตนแข่งขันได้ในตลาดโดยมุ่งให้ความสำคัญต่อผู้บริโภคมากขึ้นหรือกล่าวได้ว่า การดำเนินให้บริการเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า

แทนเนอร์ และเดอริโตโร (1992: 87) ได้นำเสนอเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพการบริการซึ่งสามารถใช้เป็นเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการ ที่เรียกว่า “RATER” (Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy & Responsiveness) โดยพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้แก่ เครื่องมืออุปกรณ์ บุคลากรและการใช้สัญลักษณ์หรือเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร ให้ผู้ใช้บริการได้สัมผัส และการบริการนั้นมีความเป็นรูปธรรมสามารถรับรู้ได้

2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการนั้นตรงสัญญาที่ให้ไว้กับผู้ให้บริการ บริการที่ให้ทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ ในทุก ครั้งของการ บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

3. การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริการได้ทันเวลาที่ ผู้ใช้บริการสามารถเข้ารับบริการ ได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงรวดเร็ว

4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีทักษะ มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ มีกิริยาท่าทางและ มารยาทที่ดีในการบริการ สามารถที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจ และเกิดความมั่นใจว่าจะได้บริการที่ดีที่สุด

5. ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการช่วยดูแล มีความเอื้ออาทร เอาใจใส่ ผู้ใช้บริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้ใช้บริการในแต่ละคน

จากแนวคิดข้างต้นจะเห็นได้ว่าคุณภาพการให้บริการนั้นกำหนดอยู่บนพื้นฐานความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ โดยมี “ระบบการให้บริการ” เป็นสื่อกลางที่องค์กรแต่ละแห่งต้องออกแบบมาให้ทำงานสอดคล้องกัน เพื่อนำไปสู่การสร้างความเป็นเลิศในการให้บริการ

แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการที่เป็นเลิศ

การให้บริการที่เป็นเลิศ (Excellence Service) เป็นการกระทำของผู้ให้บริการในการส่งมอบผลผลิตการให้บริการ อันได้แก่ คุณภาพของชิ้นงานหรือผลงานจะต้องประกอบด้วย ความถูกต้อง ครบถ้วน และความสมบูรณ์ ทั้งด้านข้อมูล และลักษณะของชิ้นงาน เพื่อส่งมอบให้แก่ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและประทับใจ จันทรจิรา วงษ์ขมทอง และคณะ (2552: 15) เสนอแนวคิดการให้บริการที่เป็นเลิศโดยมุ่งให้ความสำคัญกับผู้มาใช้บริการเป็นศูนย์กลาง

(People-Serving-People) เป็นการให้เกียรติผู้มาใช้บริการ โดยในการสร้างการให้บริการที่เป็นเลิศมีมาตรฐานที่สำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ 1) การพัฒนาบุคลากรผู้ให้บริการ 2) การพัฒนากระบวนการให้บริการ และ 3) การพัฒนาสถานที่ให้บริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การพัฒนาบุคลากรผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าต่องานบริการ หมายถึง การสร้างสมรรถนะของผู้ให้บริการที่ครอบคลุมทั้งคุณลักษณะและพฤติกรรม สมรรถนะของผู้ให้บริการควรประกอบด้วย การกระตือรือร้น การยิ้มแย้ม การมีวาจาภิรยามารยาท และแต่งกายสุภาพ การให้คำแนะนำขั้นตอนการให้บริการ ใส่ใจและให้ความช่วยเหลือ การมีความรับผิดชอบ การรับฟังปัญหา การมีความอดทนและอดกลั้น การตรงต่อเวลา มีความซื่อสัตย์สุจริต และการมีความช่างสังเกตและมีความคิดสร้างสรรค์

2. การพัฒนากระบวนการให้บริการ หมายถึง การปฏิบัติตามขั้นตอนการให้บริการซึ่งผู้ให้บริการต้องกระทำการให้บริการตลอดกระบวนการของแต่ละงานตามเงื่อนไขของเวลาที่กำหนดจนกระทั่งส่งมอบชิ้นงานบริการหรือผลผลิตของการบริการให้แก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งประกอบด้วย การจัดป้ายแสดงขั้นตอนการให้บริการ การจัดคิวในการให้บริการ การให้บริการตามขั้นตอนการให้บริการอย่างรวดเร็ว การจัดอัตรากำลังพนักงานที่ให้เพียงพอ การจัดวัสดุอุปกรณ์สำนักงานให้เพียงพอ การจัดหาเครื่องมืออุปกรณ์ เทคโนโลยี ดิจิทัล ฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์ การจัดใบคำร้องขอใช้บริการ หรือ ใบรับแจ้งข้อร้องเรียน/ ร้องทุกข์ การประชาสัมพันธ์และแนะนำขั้นตอนการบริการ การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการให้บริการ คุณภาพของชิ้นงานบริการ ประโยชน์สูงสุดจากชิ้นงานบริการ ความพึงพอใจในการให้บริการและชิ้นงาน ความประทับใจในการรวมของการให้บริการ การเปิดโอกาสให้ผู้ใช้บริการได้มีการประเมินความพึงพอใจในการใช้บริการ

3. การพัฒนาสถานที่ให้บริการ หมายถึง การจัดพื้นที่ทั้งภายนอกและภายในสถานที่ให้บริการ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้มาใช้บริการ ควรประกอบด้วย การจัดให้มีช่องทางบริการที่หลากหลาย การจัดบริเวณโดยรอบสถานที่ให้บริการเป็นสัดส่วนและร่มรื่น การจัดให้มีพื้นที่จอดรถ การจัดจุดประชาสัมพันธ์ และพนักงานต้อนรับ การจัดบริการ น้ำดื่ม การจัดห้องสุขา การตกแต่งภายในที่สถานที่ให้บริการ การจัดให้มีที่วางหนังสือหรือข่าวสารประชาสัมพันธ์ การจัดทำป้ายแสดงอัตราค่าธรรมเนียมและเวลาในการให้บริการ แต่ละงาน การจัดช่องทางหรือกล่องรับฟังความคิดเห็น หรือกล่องรับเรื่องร้องทุกข์ การจัดเก็บเอกสารทางการเป็นหมวดหมู่ และการจัดเคาน์เตอร์ให้บริการ และเก้าอี้รองรับบริการ

สำนักงานตรวจสอบภายในแห่งชาติ ของประเทศนิวซีแลนด์ (ออนไลน์) ได้กำหนดมาตรฐาน การปฏิบัติในการให้บริการที่เป็นเลิศไว้ดังนี้

1. มีพันธกิจร่วมกันในการให้บริการลูกค้า มีเกณฑ์วิธีปฏิบัติที่ดีสำหรับการให้บริการลูกค้า ดังนี้

1.1 กำหนดการให้บริการลูกค้า เป็นเป้าหมายหลักและแสดงพันธกิจการให้บริการ อย่างชัดเจนในเอกสารให้มีความน่าเชื่อถือและแสดง กลยุทธ์ของบริษัท/องค์กร

1.2 กำหนดทิศทางการให้ แผนงาน โครงสร้างและข้อมูลในการตัดสินใจเป็นไปเพื่อ ปรับปรุงการให้บริการลูกค้า

1.3 รับประกันทางเลือกการใช้จ่าย ที่ชัดเจนของสาธารณชน ว่ามีผลในบริการที่ให้ แก่ลูกค้า

2. เข้าใจลูกค้า มีเกณฑ์วิธีปฏิบัติที่ดี เพื่อการเข้าใจลูกค้า ดังนี้

2.1 ทำการวิจัยตลาดและเสริมสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มคนที่สนใจเพื่อตรวจสอบกลุ่ม ลูกค้าปัจจุบันและกลุ่มที่คาดว่าจะ เป็นลูกค้าในอนาคต พร้อมทั้งเข้าใจความต้องการเฉพาะและตัวเลือกของ ลูกค้า

2.2 ใช้ ข้อมูลทางการตลาดเพื่อ ออกแบบกลยุทธ์การให้บริการลูกค้าได้อย่างชัดเจน

2.3 ใช้ฐานข้อมูลลูกค้าในการแนะนำ การให้บริการใหม่ๆเพื่อให้ตรงกับความต้องการรูปแบบ ใหม่ของลูกค้า

3. จัดหาช่องทางให้บริการ มีเกณฑ์วิธี ปฏิบัติที่ดีเพื่อจัดหาช่องทางให้บริการ ดังนี้

3.1 มีนโยบายที่ชัดเจนในการเข้าถึง การให้บริการแก่ลูกค้าที่มีศักยภาพทุกคน

3.2 เสาะหาโอกาสที่จะเพิ่มช่องทาง การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าซึ่งความต้องการยังไม่ตรงกับ รูปแบบการให้บริการที่มีอยู่ หรือมีปัญหในการเข้าถึง การให้บริการ โดยการใช้องค์กรที่สร้างสรรคขึ้นใหม่ ได้อย่างเหมาะสม

3.3 เชื้อให้ลูกค้าทำธุรกิจได้ง่ายขึ้นโดย การเสนอช่องทางให้บริการที่ขึ้นอยู่กับ ความ ต้องการของลูกค้า

3.4 พิจารณานหาทางที่จะปรับปรุง ช่องทางการให้บริการโดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต และคอลเซ็นเตอร์

3.5 ส่งเสริมการให้บริการสู่สาธารณชน

3.6 ให้โอกาสลูกค้ามีส่วนร่วมโดยตรง ในการเลือกรูปแบบการให้บริการ

3.7 สร้างพันธมิตรเพื่อบรรลุเป้าหมาย ในการให้บริการที่ดีขึ้นและเพื่อเป็นฐานของบริการ ใหม่ๆ

3.8 พิมพ์สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูล ที่เข้าใจง่าย

3.9 แจ้งและปรึกษากลุ่มลูกค้า หรือองค์กรที่เป็นลูกค้าเกี่ยวกับแผนการเปลี่ยนแปลง รูปแบบการให้บริการที่จะส่งมอบ

4. ส่งมอบการบริการ มีเกณฑ์วิธีปฏิบัติ ที่ดีเพื่อการส่งมอบการบริการ ดังนี้

4.1 ตระหนักถึงความสำคัญของความไว้วางใจที่มีต่อลูกค้าจากการดำเนินธุรกิจ

อย่างต่อเนื่องและแผนงานที่มีความเป็นไปได้ มีการจัดการความสัมพันธ์ในการพึ่งพากับกลุ่มบุคคลภายนอกอย่างระมัดระวัง

4.2 ออกแบบการประชาสัมพันธ์ และการให้ความรู้ที่ทำให้ลูกค้าได้ตระหนักถึงพันธะ ในการส่งเสริมความร่วมมือและการอาสา

4.3 เคารพในฐานข้อมูลของลูกค้า และกำหนดนโยบายและขั้นตอนให้พนักงาน ในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล

4.4 ออกแบบศูนย์บริการตาม ความต้องการของลูกค้า

4.5 เต็มใจที่จะทุ่มเทและตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า

5. ความสามารถในการจัดการส่งมอบ บริการ มีเกณฑ์วิธีปฏิบัติที่ดีสำหรับความสามารถ ในการจัดการส่งมอบบริการ ดังนี้

5.1 ยึดมั่นการจัดการที่มีคุณภาพ เป็นพื้นฐานเพื่อบรรลุการให้บริการที่เป็นเลิศ

5.2 ตระหนักถึงพนักงานที่มีทักษะ แรงจูงใจในกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจว่าเป็นส่วน สำคัญในการให้บริการที่เป็นเลิศ

5.3 เนื่องจากการบริการลูกค้า เป็นความสามารถหลักของพนักงานจึงควรจัดการอบรม ที่จำเป็นในการพัฒนาแรงจูงใจให้พนักงานบรรลุ เป้าหมายที่เน้นลูกค้าเป็นสำคัญ

5.4 ส่งเสริมวัฒนธรรมที่เน้นลูกค้า เป็นสำคัญ

5.5 สนับสนุนให้พนักงานมีเครื่องมือ และวิธีการในการดำเนินงาน

5.6 มีกระบวนการวางแผนทรัพยากร และการจัดการที่จำเป็นที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ ของการบริการ

5.7 มีการควบคุมคุณภาพที่ทำให้ กระบวนการดำเนินไปอย่างสอดคล้องกัน

6. การประเมินผลการดำเนินงานบริการ มีเกณฑ์วิธีปฏิบัติที่ดีสำหรับการประเมินผลการดำเนินงาน บริการ ดังนี้

6.1 มีมาตรฐานการบริการที่ครอบคลุม ภาพรวมการให้บริการที่สำคัญแก่ลูกค้า โดยพิจารณา จากสาเหตุที่เป็นไปได้ ของความล้มเหลว ในการให้บริการโดยพิจารณาจากความเห็นของลูกค้า

6.2 ประเมินภาพรวมการบริการซึ่ง ลูกค้าเห็นว่าเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุด

6.3 มีมาตรฐานการบริการสำหรับ หน่วยงานธุรกิจที่ให้บริการที่แตกต่างกันแก่กลุ่มลูกค้า ที่ต่างกัน

6.4 ใช้ลำดับความพึงพอใจของลูกค้า เป็นเครื่องมือทดสอบความคาดหวังว่าเป็นไปได้ ในทางปฏิบัติหรือไม่

6.5 ตระหนักถึงการแก้ปัญหาว่า เป็นภาพลักษณ์ที่สำคัญในคุณภาพการบริการ

6.6 เชิญลูกค้าให้เสนอความคิดเห็น และติชมเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการที่ได้รับ

7. การรายงานผลการดำเนินงานในการให้ บริการ มีเกณฑ์วิธีปฏิบัติที่ดีสำหรับการรายงานผลการ ดำเนินงานบริการ ดังนี้

7.1 มีการรายงานภายในองค์กรเกี่ยวกับ การบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ การให้บริการ

7.2 มีการรายงานสู่ภายนอกเกี่ยวกับการดำเนินงานในภาพรวมของการให้บริการซึ่งเป็นสิ่ง ที่สำคัญแก่ลูกค้าและองค์กรภายนอก

8. แสวงหาการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง มีเกณฑ์วิธีปฏิบัติที่ดีสำหรับการแสวงหาการปรับปรุง อย่างต่อเนื่อง ดังนี้

8.1 แสวงหาโอกาสที่จะปรับปรุงการ บริการอย่างเป็นระบบ

8.2 พิสูจน์ศักยภาพในการปรับปรุง กระบวนการทำงาน ซึ่งมีผลต่อการให้บริการ

8.3 ใช้การบริการที่เป็น “แชมเปียน” (Champions) เพื่อส่งเสริมการปรับปรุงการบริการอย่างต่อเนื่อง

8.4 แสวงหาโอกาสที่จะเรียนรู้จากการศึกษาการเทียบเคียงสมรรถนะขององค์กรหรือกระบวนการที่ใกล้เคียงกัน

8.5 สร้างสัมพันธภาพกับหุ้นส่วนภายนอกอย่างต่อเนื่องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการรับฟังการตอบรับในคุณภาพและบริการ และตระหนักว่ากลุ่มชุมชนสามารถกำหนดการเป็นตัวแทนแก่ลูกค้าและเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือเกี่ยวกับการได้รับการบริการว่าเป็นอย่างไร

จากแนวคิดการให้บริการที่เป็นเลิศทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ได้นำเสนอตั้งกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า การให้บริการที่เป็นเลิศนั้น มีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ การพัฒนาผู้ให้บริการ การพัฒนาระบบขั้นตอนหรือกระบวนการให้บริการ และการพัฒนาสถานที่หรือการจัดตั้งอำนวยความสะดวกในการให้บริการ นอกจากนี้ประเด็นสำคัญคือหลังจากที่จัดระบบดังกล่าวให้พร้อมแล้ว ต้องมีการควบคุมติดตาม และการประเมินผลการให้บริการ รวมทั้งนำผลการประเมินไปปรับปรุงองค์ประกอบของการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งแต่ละองค์ประกอบต้องมีการสร้างมาตรฐานหรือรายละเอียดการดำเนินงานที่แยกย่อยออกไป โดยที่ผู้ให้บริการ หรือสถาบันอุดมศึกษา ต้องไปกำหนดให้สอดคล้องกับบริบทของรูปแบบการให้บริการของแต่ละประเภทงาน ซึ่งจะส่งผลให้ผู้มาใช้บริการเกิดความประทับใจต่อไป

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการที่เป็นเลิศกับความประทับใจของผู้ใช้บริการ

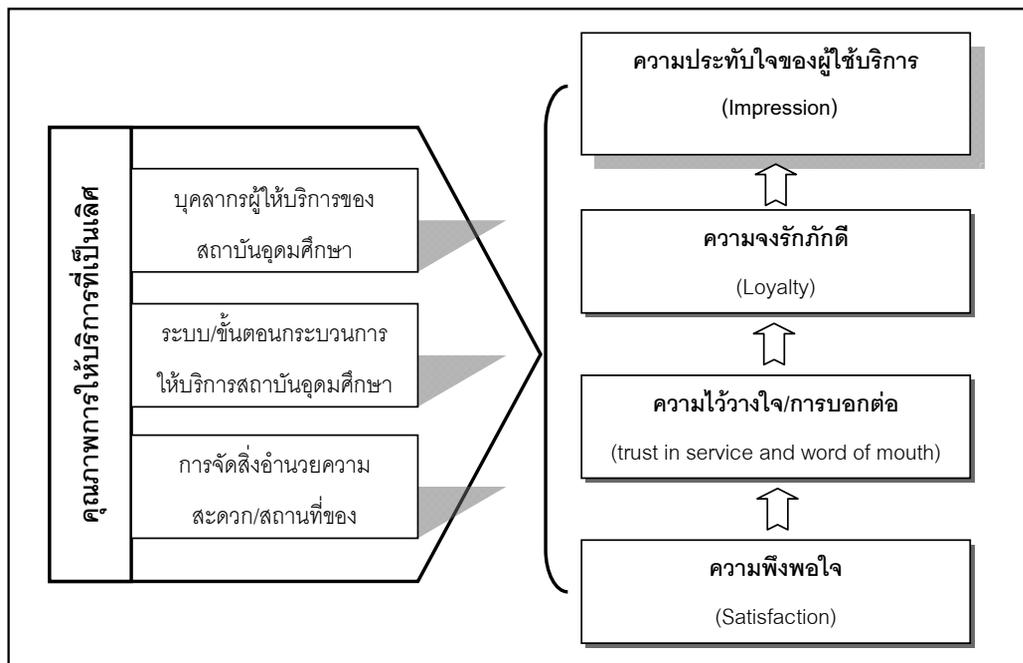
คุณภาพการให้บริการที่เป็นเลิศนับเป็นตัวแปรหรือปัจจัยที่สำคัญซึ่งส่งผลโดยตรงต่อผู้มาใช้บริการ เนื่องจากคุณภาพการให้บริการด้านต่าง ๆ ที่ปรากฏให้เห็นเป็นรูปธรรม อันได้แก่ ผู้ให้บริการ

กระบวนการให้บริการ และการจัดตั้งอำนวยความสะดวกหรือสถานที่ให้บริการย่อมมีผลในทางจิตวิทยากระทบต่อความรู้สึกนึกคิด ทักษะสติ และพฤติกรรม อันจะนำไปสู่การสร้างความพึงพอใจ รวมทั้งความประทับใจ ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบของผู้มาใช้บริการต่องานบริการด้านต่าง ๆ ของสถาบันอุดมศึกษา จากการสำรวจงานวิจัยหลายชิ้นบ่งชี้ให้เห็นว่าการจัดให้มีคุณภาพการให้บริการที่ดี/เป็นเลิศขององค์กรหรือสถาบันอุดมศึกษานั้น มีความสัมพันธ์กับความประทับใจของผู้ใช้บริการ อาทิ อุไร ดวงระหว่า (2554: ค) ทำการวิจัยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพการให้บริการศูนย์บริการ One Stop Service : กรณีศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ค้นพบว่าคุณภาพการให้บริการของมหาวิทยาลัยฯด้านข้อมูลข่าวสารการให้บริการ ผู้ให้บริการ รูปแบบการให้บริการ ระยะเวลาการให้บริการ ความสะดวกรวดเร็ว ระบบการให้บริการ คุณภาพด้านการจัดสถานที่ให้บริการ การมีมนุษยสัมพันธ์ของบุคลากรผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการในระดับสูง และส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่มาใช้บริการ สอดคล้องกับ กรกนก ชูบวงวาปี และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2557: 48) ที่ทำการวิจัยอิทธิพลความเป็นเลิศของคุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในการใช้บริการและการบอกต่อของผู้ใช้บริการบางจากกรีนวอช เดอะพรีเมียม ค้นพบว่า ความเป็นเลิศของคุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจในการใช้บริการและการบอกต่อของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ยังพบว่า ความไว้วางใจในการใช้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อของผู้ใช้บริการอีกด้วย รวมทั้งงานวิจัยของ ประภาวรรณ ตระกูลเกษมสุข (2560: 1755) ที่วิจัยปัจจัยในการสร้างความภักดีต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชนไทย : ข้อเสนอจากผู้บริหาร ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนไทย พบว่า ตัวแปรคุณภาพการบริการ ที่ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรม

ในการบริการ ความเชื่อถือได้ การตอบสนอง ความต้องการของนักศึกษา การให้ความเชื่อมั่น ความเอาใจใส่ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความจงรักภักดีของนักศึกษา ผู้ปกครอง และศิษย์เก่า ต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

จากงานวิจัยทั้ง 3 ชิ้นดังกล่าว อาจกล่าวได้ว่าการสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ใช้บริการเกิดขึ้น

จากคุณภาพการให้บริการที่ดี จนนำไปสู่การสร้าง ความพึงพอใจ การบอกต่อ ความไว้นับถือ เชื่อใจ ความจงรักภักดีและความประทับใจในที่สุด ซึ่งสามารถที่จะนำมาสรุปเป็น กรอบแนวคิด ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความประทับใจของผู้ใช้บริการ ได้ดังภาพ



ภาพที่ 1 แสดงแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความประทับใจของผู้ใช้บริการในสถาบันอุดมศึกษา

ความพึงพอใจในการให้บริการ หมายถึง ความรู้สึก หรือความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลากรผู้ให้บริการ ระบบขั้นตอนกระบวนการ และการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก/สถานที่ของสถาบันอุดมศึกษา โดยที่ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้นั้น เมื่อความต้องการของผู้ใช้ได้รับการสนองตอบ

ความไว้วางใจ/การบอกต่อ หมายถึง การที่ผู้มาใช้บริการสถาบันอุดมศึกษา มีความรู้สึกถึงการบริการที่สามารถตอบสนองกับความต้องการ และ

ความพึงพอใจในการให้บริการ โดยที่ในการให้บริการทุกครั้งมีความสม่ำเสมอ มั่นใจ ชัดเจน รวดเร็ว ทำให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกว่าการให้บริการดังกล่าวสามารถที่จะไว้วางใจได้ในการมาใช้บริการทุกครั้ง จนนำไปสู่การบอกต่อจากอีกคนหนึ่งไปยังอีกบุคคลอื่น เป็นการแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการ

ความจงรักภักดี หมายถึง ความผูกพันอย่างลึกซึ้งของผู้มาใช้บริการในการที่จะสนับสนุนส่งเสริมและอุปถัมภ์การให้บริการของสถาบันอุดมศึกษา

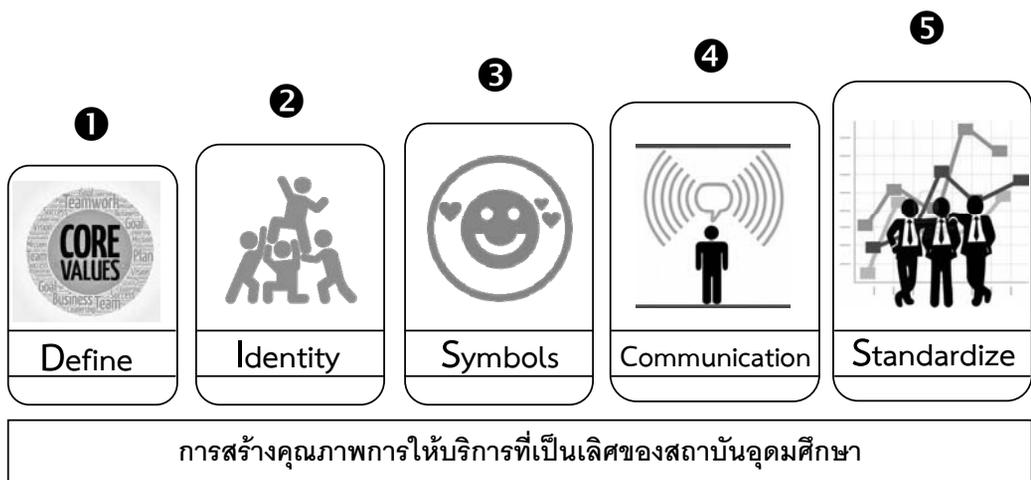
อันเนื่องมาจากการได้รับความพึงพอใจ ความไว้วางใจ
ที่ช่วยเสริมสร้างทัศนคติที่ดีแก่ผู้มาใช้บริการ
กลับกลายเป็นความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาว ทำให้เกิด
พฤติกรรมการกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างสม่ำเสมอ

ความประทับใจในการให้บริการ หมายถึง
ผลรวมของความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และ
ความจงรักภักดี ของผู้มาใช้บริการที่มีต่อสถาบัน
อุดมศึกษาในด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ระบบขั้นตอน
กระบวนการ และการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก/สถานที่
ของสถาบันอุดมศึกษา

คุณภาพการให้บริการที่เป็นเลิศจึงเป็นเครื่องมือ
สำคัญสำหรับ สถาบันอุดมศึกษาแต่ละแห่ง
ในการที่จะสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ
สถาบันอุดมศึกษาควรมีวิธีการสร้างคุณภาพ
การให้บริการที่เป็นเลิศที่ชัดเจน และยึดถือเป็น
วัฒนธรรมขององค์กร ดังจะได้กล่าวต่อไป

**การสร้างคุณภาพการให้บริการที่เป็น
เลิศของสถาบันอุดมศึกษาเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิด
ความประทับใจ**

การให้บริการที่เป็นเลิศ (Service
Excellence) เป็นการบริการให้ผู้ใช้บริการจากสถาบัน
อุดมศึกษาเกิดความประทับใจ อันจะส่งผลต่อการ
ดำเนินพันธกิจอุดมศึกษาในด้านต่าง ๆ ของสถาบัน
อันได้แก่ การผลิตบัณฑิต การทำวิจัย การให้บริการ
วิชาการแก่สังคม การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม
และสิ่งแวดล้อมให้มีคุณภาพ ยิ่งไปกว่านั้นคือภาพลักษณ์
ขององค์กร คุณค่าในทางจิตใจ ตลอดจนความทรงจำ
ที่ดีให้แก่ผู้ใช้บริการ พิสิทธ์ พิพัฒน์โกศากุล (2553: 20)
เสนอหลักในการสร้างคุณภาพการให้บริการที่เป็นเลิศ
ขององค์กร ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับสถาบัน
อุดมศึกษา ควรประกอบด้วยหลักสำคัญ 5 ประการ
(DISCS) ดังนี้



ภาพที่ 2 แสดงแนวคิดการสร้างคุณภาพการให้บริการที่เป็นเลิศ
ที่มา : พิสิทธ์ พิพัฒน์โกศากุล, 2553

**1. กำหนดวัตถุประสงค์ ค่านิยม
วัฒนธรรม (Define Culture)**

การสร้างวัฒนธรรมองค์กร สถาบัน
อุดมศึกษาควรมีการสำรวจ “ผู้นำการเปลี่ยนแปลง”

(Change Agent) คือ ผู้บริหารสูงสุดของสถาบัน
และผู้บริหารระดับรองว่าปัจจุบัน มีพฤติกรรมใดที่สถาบัน
สามารถดำเนินการได้ดีอยู่แล้ว มีพฤติกรรมใด
ที่ไม่ควรทำ มีพฤติกรรมใดที่สถาบันยังไม่มีแต่ต้องการ

ให้มีและมีการนำเอาข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมารวบรวมวิเคราะห์จนได้ออกมาเป็น ค่านิยมสัญลักษณ์ผลที่ได้รับ คือ ชุดของพฤติกรรมที่สถาบันควรจะนำมาเป็นค่านิยมของสถาบันที่เหมาะสม วัฒนธรรมและค่านิยมของสถาบัน (Corporate Culture and Value) จึงเป็นแกนในการทำงานของสถาบันแห่งนั้นๆ เป็นสิ่งที่สถาบันเห็นว่า “ดี” ควร “นิยม” ปฏิบัติให้เหมือนกันทั้งสถาบันเพื่อที่จะได้นำพาสถาบันไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ (Organization Objectives) โดยที่ “ค่านิยม” คือแนวทางหลักๆ ที่จะช่วยส่งให้เกิดวัฒนธรรมที่ต้องการในสถาบันและ “พฤติกรรม” คือ กิริยา ท่าทาง ที่พึงประสงค์ เช่น การเน้นพฤติกรรมการทำงานอย่างรวดเร็ว การจัดส่งข้อมูลหรือชิ้นงานให้แก่ผู้ใช้บริการในเวลาอันจำกัด หรือบางแห่งเน้นให้บุคลากรพนักงานต้องคล่องตัวในการตอบรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ เพื่อการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้มาใช้บริการ และการเพิ่มช่องทางในการให้บริการ เป็นต้น

2. ระบุพฤติกรรมที่คาดหวัง (Identify Behavior)

เป็นการนำเอาค่านิยมที่ได้ มาออกแบบพฤติกรรมที่สะท้อนถึงค่านิยมต่าง ๆ เหล่านั้น ยกตัวอย่างเช่น ค่านิยมในเรื่องการมุ่งเน้นที่ผู้ใช้บริการ (Customer Focus) มีพฤติกรรมที่คาดหวัง เช่น คำนึงถึงความต้องการของเพื่อนร่วมงาน คำนึงถึงสิ่งที่ใช้บริการต้องการ ให้บริการผู้ใช้บริการด้วยความรวดเร็ว ช่วยเหลือคณะวิชาและ ฝ่ายสนับสนุนวิชาการ ในการส่งมอบงานให้ผู้ใช้บริการตามที่กำหนด รับผิดชอบงานตามที่ได้รับสัญญากับผู้ใช้บริการ การช่วยแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการ เหมือนเป็นปัญหาของสถาบัน การนำเสนอสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้บริการ และเมื่อมีการกำหนดพฤติกรรมเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ต้องให้ผู้บริหารพิจารณาเห็นชอบและนำเอาพฤติกรรมที่กำหนดไว้มาออกแบบประเมิน เพื่อนำเอาแบบประเมินไปใช้ต่อภายในสถาบัน ในเรื่องของการประเมินพฤติกรรมในภาพรวมของสถาบันรวมทั้งการประเมินผู้สมัครเข้าทำงาน

3. การสร้างสัญลักษณ์ มาตรฐานบริการ (Symbols)

หลังจากที่มีตัวอย่างพฤติกรรมที่ชัดเจนแล้วต่อมาผู้ใช้บริการสามารถนำเอาข้อมูลเหล่านี้มาใช้ในการออกแบบสื่อและมาตรฐานขั้นตอนการทำงาน เพื่อให้สอดคล้องกัน เช่น การสร้างสัญลักษณ์หรือโลโก้ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรจดจำสัญลักษณ์ในรูปแบบเดียวกันที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมบริการของสถาบันหรือการปรับปรุงรูปแบบวิธีการทำงานเพื่อให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมใหม่ เช่น การสร้างมาตรฐานการบริการขึ้นมาเพื่อให้พนักงานแต่ละคนวิชาหรือฝ่ายสนับสนุนวิชาการให้บริการ ในรูปแบบเดียวกันทุกที่ทุกเวลา

การสร้างมาตรฐานบริการนี้เป็นสิ่งสำคัญในการช่วยส่งเสริมวัฒนธรรมบริการให้เกิดผลเป็นรูปธรรมเพราะว่าสถาบันได้มีการกำหนดสิ่งที่ได้ปรับปรุงในการให้บริการใหม่จากมาตรฐานนั้นทั้งในรูปแบบการ แต่งกาย บุคลิก ขั้นตอนการให้บริการที่ง่ายสะดวกและเวลาการให้บริการที่มีความรวดเร็ว ถือได้ว่าเมื่อมีการสร้างวัฒนธรรม ค่านิยมใหม่แล้วสามารถจะปรับปรุงรูปแบบวิธีการ กระบวนการให้บริการผู้ใช้บริการที่สอดคล้องกันไปด้วยในครั้งเดียวกัน

4. การสื่อสาร (Communication)

ขั้นตอนนี้ถือว่ามีความสำคัญที่สุดในวงจรการสร้าง วัฒนธรรมบริการ เป็นเรื่องของการสื่อสาร เพราะสิ่งที่ได้ทำมาจะทำให้บุคลากรทุกระดับรับรู้และนำไปปฏิบัติตาม ย่อมเกิดจากการสื่อสารที่ดีในการสื่อสารให้บุคลากรรับรู้และนำไปปฏิบัติ นั้นมีสิ่งสำคัญหลักๆ ที่จำเป็นต้องดำเนินการ ประกอบด้วย

4.1 การอบรม เป็นการจัดอบรมหลักสูตรวัฒนธรรมบริการของสถาบัน ที่เป็นเนื้อหาที่ได้ออกแบบหลักสูตรอย่างเฉพาะเจาะจง ในเรื่องของทัศนคติและสิ่งที่จะต้องนำไปปฏิบัติงานจริง ๆ ประกอบด้วย วัฒนธรรมบริการ องค์กรประกอบของค่านิยมที่ได้กำหนดไว้ และพฤติกรรมที่คาดหวัง

4.2 การให้รางวัล เป็นการกำหนดกิจกรรม การประเมิน การสร้างแรงจูงใจและการมอบรางวัลให้แก่บุคลากรของสถาบันที่ทำงานสอดคล้องกับวัฒนธรรมบริการ หรือทีมงานที่มีวัฒนธรรมบริการดีเด่น

4.4 การติดตามผล เป็นการประเมินติดตามผล ว่าสิ่งที่ได้ดำเนินการไปนั้นเกิดการเปลี่ยนแปลงต่อภาพรวมของสถาบันและความรู้สึกของผู้ใช้บริการในรูปแบบใดบ้าง

4.5 การรักษามาตรฐาน (Standardize) เป็นการนำเอาตัวชี้วัดมาประเมินเพื่อให้เกิดการรักษาคุณภาพการให้บริการในระดับมาตรฐานตามที่ได้กำหนดไว้ในค่านิยมและพฤติกรรม ถ้าหากคณะวิชาและฝ่ายสนับสนุนวิชาการใดหรือบุคคลใดมีผลการประเมินที่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ควรรับดำเนินการปรับปรุงส่งเสริมให้คณะวิชาและฝ่ายสนับสนุนวิชาการนั้นมีระดับคุณภาพการบริการในแนวทางเดียวกับสถาบัน

การสร้างคุณภาพการให้บริการที่เป็นเลิศ : กรณีศึกษามหาวิทยาลัยคริสเตียน

มหาวิทยาลัยคริสเตียน เป็นมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งให้ความสำคัญกับการให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการทุกกลุ่ม จึงมีการดำเนินงานเพื่อสร้างคุณภาพการให้บริการที่เป็นเลิศตามแนวคิดการสร้างคุณภาพการให้บริการที่เป็นเลิศ ดังนี้

กำหนดวัตถุประสงค์ ค่านิยม วัฒนธรรม
: มหาวิทยาลัยคริสเตียนได้กำหนดปณิธาน “รักและบริการ” ปณิธานดังกล่าวมีที่มาจากคำสอนขององค์พระผู้เป็นเจ้าที่ทรงสอนให้มนุษย์รักและรับใช้ซึ่งกันและกัน มหาวิทยาลัยคริสเตียนเชื่อว่า นักศึกษาเป็นมนุษย์ที่พระเจ้าทรงสร้างขึ้นมา ประกอบด้วยกาย จิต สังคม วัฒนธรรม และจิตวิญญาณ “การรักและบริการ” แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ อาจารย์ซึ่งทำหน้าที่สอน ทำวิจัย ให้บริการวิชาการแก่สังคมและทำนุบำรุงศิลปและ

วัฒนธรรมร่วมกับนักศึกษา รวมทั้งให้คำปรึกษา ดูแลเอาใจใส่นักศึกษาทุกด้านด้วยความรักและเอื้ออาทร ส่วนบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ ซึ่งทำหน้าที่ให้บริการด้านต่างๆ แก่นักศึกษาทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ตามหลักการบริการที่เป็นเลิศ 12 ประการ ของมหาวิทยาลัยคริสเตียนด้วยความรักและเอื้ออาทร

สำหรับวัฒนธรรมการให้บริการที่เป็นเลิศ (Culture of Service Excellence of C.U.T.) ที่กำหนดเพื่อให้นักบุคลากรใช้เป็นแนวทางในการให้บริการแก่นักศึกษา ผู้ปกครอง บุคลากรภายในองค์กร ประชาชนที่มีติดต่อใช้บริการ รวมทั้งให้อาจารย์ใช้เป็นแนวทางในการประยุกต์สำหรับการจัดการเรียนการสอนหรือสอดแทรกในรายวิชาที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้นักศึกษาได้นำไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานหรือการประกอบอาชีพ โดยกำหนดวัฒนธรรมการให้บริการที่เป็นเลิศไว้ 12 ประการ ได้แก่ 1) บริการด้วยรอยยิ้ม (Serve with a smile) 2) บริการด้วยท่าทีกระตือรือร้น (Serve enthusiastically) 3) บริการมากกว่าเดิม (Serve more than before) 4) บริการอย่างสัตย์ซื่อ (Serve with honesty) 5) บริการผู้ให้บริการก่อนทำงานประจำ (Serve client before doing routine work) 6) บริการด้วยความรู้สึกเป็นเจ้าของ (Serve with a sense of ownership) 7) บริการด้วยหัวใจ (Serve from the heart) 8) บริการอย่างมีนวัตกรรม (Serve innovatively) 9) บริการเป็นทีม (Serve on a team) 10) บริการอย่างมีวินัย (Serve with discipline) 11) บริการเพื่อส่วนรวม (Serve with mindfulness) และ 12) บริการให้นักศึกษา/ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ (Serve to delight the student/client)

ระบุพฤติกรรมที่คาดหวัง : มหาวิทยาลัยคริสเตียน ได้กำหนดพฤติกรรมที่คาดหวัง ไว้เพื่อให้บุคลากรทุกคนในมหาวิทยาลัยฯ นำไปปฏิบัติ โดยจำแนกออกเป็นคุณลักษณะและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในการให้บริการ ได้แก่

คุณลักษณะ 12 ประการ และพฤติกรรม 11 ประการ ดังนี้ คุณลักษณะ 12 ประการ ได้แก่ 1) มีจิตใจรักงานบริการ 2) มีความรู้ในงานที่จะบริการ 3) มีความรู้ในกระบวนการบริการ 4) มีความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติตน 5) มีความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ 6) มีความรับผิดชอบต่อผู้ใช้บริการ 7) มีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ 8) มีจิตใจมุ่งมั่นแน่วแน่ 9) มีความซื่อสัตย์สุจริต 10) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ 11) มีวิจรรย์ญาณไตร่ตรอง และ 12) มีความสามารถวิเคราะห์ปัญหา

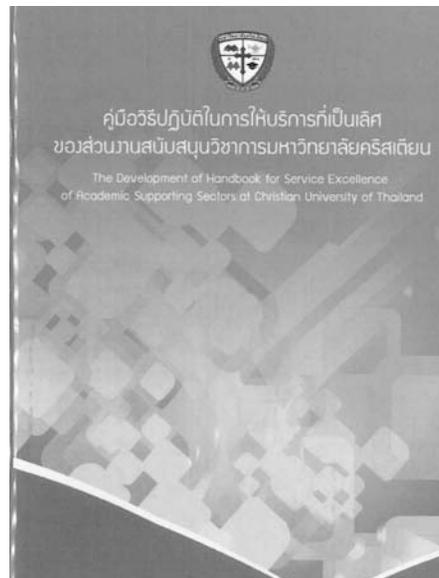
พฤติกรรม 11 ประการ ได้แก่ 1) มีความกระตือรือร้น 2) มีอัธยาศัยดี 3) มีมิตรไมตรี

4) มีการเอาใจใส่ในงานบริการ 5) มีบุคลิกภาพที่ดี 6) มีกิริยา มารยาทสุภาพ 7) วาจาสุภาพและน้ำเสียงไพเราะ 8) มีการควบคุมอารมณ์ได้ดี 9) รับฟังปัญหาและความต้องการของผู้ใช้บริการ 10) มีวินัย และ 11) มีความซื่อสัตย์

การสร้างสัญลักษณ์ มาตรฐานบริการ : มหาวิทยาลัยคริสเตียน ได้ออกแบบสัญลักษณ์หรือโลโก้เพื่อให้บุคลากรได้จดจำและใช้เป็นสัญลักษณ์ในรูปแบบเดียวกันที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมการให้บริการที่เป็นเลิศของมหาวิทยาลัยฯ ดังภาพ



ภาพที่ 3 สัญลักษณ์การให้บริการที่เป็นเลิศของมหาวิทยาลัยคริสเตียน



ภาพที่ 4 คู่มือวิธีปฏิบัติในการให้บริการที่เป็นเลิศของมหาวิทยาลัยคริสเตียน

นอกจากนี้มหาวิทยาลัยฯ ยังได้กำหนดมาตรฐานการให้บริการที่เป็นเลิศของฝ่ายสนับสนุนวิชาการของมหาวิทยาลัยฯ โดยจัดให้มีการวิจัยเพื่อพัฒนาคู่มือวิธีปฏิบัติในการให้บริการที่เป็นเลิศของสำนักงานสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยคริสเตียน ซึ่งคู่มือดังกล่าวประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ 3 ส่วน ได้แก่ 1) การเตรียมความพร้อมในการให้บริการ

2) วิธีปฏิบัติในการให้บริการที่เป็นเลิศซึ่งครอบคลุมด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านการจัดสถานที่ให้บริการ และด้านขั้นตอนกระบวนการให้บริการ และ 3) การประเมินผลการให้บริการที่เป็นเลิศ โดยมีแนวทางการดำเนินงาน จำนวน 142 วิธีปฏิบัติ ซึ่งทุกคนะวิชาและฝ่ายสนับสนุนวิชาการได้ใช้ประโยชน์จากคู่มือฯ ดังกล่าว ไปจัดทำประกาศ เกณฑ์

มาตรฐาน หรือคู่มือวิธีปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับบริบทหรือภารกิจของคณะวิชาและฝ่ายสนับสนุนวิชาการ

การสื่อสาร : มหาวิทยาลัยคริสเตียนจัดให้มีการสื่อสารองค์กรเกี่ยวกับการสร้างวัฒนธรรมคุณภาพการให้บริการที่เป็นเลิศในทุกระดับ อาทิ การสร้างความเข้าใจในการปฐมนิเทศบุคลากรใหม่ ทุกปีการศึกษา การประชุมคณาจารย์ และพนักงานทุกภาคและปีการศึกษา การประชุมในระดับคณะวิชาและฝ่ายสนับสนุนวิชาการ รวมทั้งการจัดทำประกาศประชาสัมพันธ์วิสัยทัศน์การให้บริการที่เป็นเลิศในทุกห้องเรียน และห้องทำงานของคณะวิชาและฝ่ายสนับสนุนวิชาการ

มหาวิทยาลัยคริสเตียน ได้จัดให้มีการมอบรางวัลแก่บุคลากรสายวิชาการ และสายสนับสนุนวิชาการดีเด่นซึ่งได้ปฏิบัติงานตอบสนองนโยบายวิสัยทัศน์การให้บริการที่เป็นเลิศในทุกปีการศึกษา เพื่อเป็นการเสริมสร้างขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงาน และแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรของมหาวิทยาลัยฯ

นอกจากนี้ยังจัดให้มีการติดตามและประเมินผลการให้บริการที่เป็นเลิศ โดยจัดให้มีการประเมินผลจากกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 2 กลุ่ม ได้แก่

1) กลุ่มนักศึกษา ซึ่งได้ทำการสำรวจความประทับใจของนักศึกษาทุกระดับทุกชั้นปีที่มีต่อการจัดบริการการศึกษาทุกปีการศึกษา โดยหัวข้อที่จัดให้มีการประเมินผลได้ยึดตามเกณฑ์การประเมินคุณภาพของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาและเกณฑ์ของมหาวิทยาลัยฯ จำแนกออกเป็น ด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านภูมิทัศน์และสภาพแวดล้อม ด้านปัจจัยเกื้อหนุนและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านทรัพยากรการเรียนรู้ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกิจกรรมการพัฒนานักศึกษา ด้านบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยฯ ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ ด้านการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยฯ ที่

สอดคล้องกับเอกลักษณ์ด้านมาตรฐานส่งเสริมสังคมและด้านภาพรวมของการบริการ เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาป้อนกลับในการปรับปรุงการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษา

2) กลุ่มบุคลากร ซึ่งประกอบ ผู้บริหาร อาจารย์ และพนักงาน ได้ทำการประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการของคณะวิชาและฝ่ายสนับสนุนวิชาการทุกปีการศึกษา โดยหัวข้อที่จัดให้มีการประเมินผลได้ยึดตามเกณฑ์การให้บริการที่เป็นเลิศของมหาวิทยาลัยฯ โดยจำแนกออกเป็นด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการของส่วนงาน ด้านพนักงานผู้ให้บริการของส่วนงาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของส่วนงาน ด้านคุณภาพของการดำเนินงานและการให้บริการ ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาใช้ในการปรับปรุงการให้บริการของคณะวิชาและฝ่ายสนับสนุนวิชาการที่สอดคล้องกับความต้องการของบุคลากร

ทั้งนี้ ผลการสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาและบุคลากรได้นำเสนอในการประชุมคณะกรรมการบริหารของมหาวิทยาลัยฯ เพื่อรับทราบความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักศึกษาและบุคลากร และได้เผยแพร่ในเว็บไซต์ภายในมหาวิทยาลัยฯ เพื่อให้ทุกส่วนงานใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาระบบการให้บริการ

การรักษามาตรฐาน : ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยฯได้นำข้อมูลจากผลการประเมินความประทับใจของนักศึกษาและบุคลากรรวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ มาใช้เป็นเครื่องมือในการกำหนดแนวทางดำเนินงานที่ตอบสนองความต้องการของนักศึกษาและบุคลากร รวมทั้งใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนให้คณะวิชาและฝ่ายสนับสนุนวิชาการยกระดับพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การนำทฤษฎีวิชาการไปใช้ประโยชน์

ผู้บริหาร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลระบบงานให้บริการของสถาบันอุดมศึกษาสามารถนำแนวคิดที่นำเสนอในบทความข้างต้นไปกำหนดเป็นนโยบาย แนวทาง เกณฑ์มาตรฐาน รวมทั้งการพัฒนาคู่มือการให้บริการของระบบการให้บริการงานต่างๆ ของสถาบันอุดมศึกษา เช่น การรับสมัครนักศึกษา การให้บริการด้านการเงิน การให้บริการด้านการพัฒนานักศึกษา การให้บริการด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น หรือนำไปโจทย์ในการวิจัยเพื่อพัฒนาระบบการบริการให้สอดคล้องกับแต่ละบริบทของงาน ซึ่งข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยอาจเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาระบบงานบริการเฉพาะทางของสถาบันอุดมศึกษาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

บทสรุป

คุณภาพการให้บริการนั้นมีความสำคัญมาก การสร้างคุณภาพการให้บริการที่เป็นเลิศจะเกิดขึ้นได้ในสถาบันอุดมศึกษาต้องได้รับความร่วมมือจากบุคลากรทุกระดับและทุกคณะวิชาและฝ่ายสนับสนุนวิชาการของสถาบัน ดังนั้น สถาบันอุดมศึกษาซึ่งมีบทบาทในการให้บริการการศึกษาแก่นักศึกษา ผู้ปกครอง ศิษย์เก่า ประชาชน และกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ 3 ประการในการที่จะพัฒนาระบบคุณภาพการให้บริการที่เป็นเลิศอันได้แก่ ผู้ให้บริการ ระบบขั้นตอนหรือกระบวนการให้บริการ และการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก/สถานที่ในการให้บริการ นอกจากนี้ยังต้องกำหนดให้มีการประเมินผลและนำผลการประเมินไปใช้เป็นข้อมูลป้อนกลับปรับปรุงกระบวนการให้บริการของคณะวิชาและฝ่ายสนับสนุนวิชาการ เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่เป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาใช้บริการจากสถาบันอุดมศึกษาได้ในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- กรกนก ชูบวงวาปี และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2557). **อิทธิพลความเป็นเลิศของคุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในการใช้บริการและการบอกต่อ** ของผู้ใช้บริการบางจากกรีนวอช เดอะพีริเมียม (สาขาวิภาวดีรังสิต-หลักสี่). วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จันทร์จิรา วงษ์ขมทอง และคณะ. (2552). **โครงการวิจัยปฏิบัติการเพื่อพัฒนารูปแบบและศักยภาพในการบริการที่เป็นเลิศของอำเภอในสังกัดกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย** นครปฐม : มหาวิทยาลัยคริสเตียน.
- พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล. (2553). **บริการที่เป็นเลิศ : วัฒนธรรมบริการ**. กรุงเทพฯ : ดี อิมเพรสชั่นคอนซัลแทนท์.
- (2561). **เทคนิคการให้บริการลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจของลูกค้า**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2561. จาก <http://www.impressionconsult.com/web/index.php/articles>.
- ประภาวรรณ ตระกูลเกษมสุข. (2560). **ปัจจัยในการสร้างความภักดีต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชนไทย : ข้อเสนอจากผู้บริหารผู้การตอบสนองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนไทย**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

- สุภัทสรา วิชากุล และคณะ. (2553). การพัฒนาคู่มือ
วิธีปฏิบัติในการให้บริการที่เป็นเลิศของ
ส่วนงานสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัย
ศรีสเดียน. นครปฐม : มหาวิทยาลัย
ศรีสเดียน.
- คูไร ดวงระหว้า. (2554). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อ
คุณภาพการให้บริการศูนย์บริการ One
Stop Service : กรณีศึกษา มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. วิทยานิพนธ์
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา
วิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- Controller and Auditor-General. (2561). Service
– Excellence. [online]. Retrieved March
2, 2018, from, <http://www.oag.govt.nz>.
- Tenner, A. R., and Detoro, I. J. (1992). Total
Quality Management : There Step to
Continuous Improvement. Massachusetts
: Addison-Wesley.