

การบริการสาธารณะตามแนวทางพระพุทธศาสนา Public Service Accordance Buddhist

พระครูอุดมจารุวรรณ (คำไล้ จารุวิโส)

นักวิชาการอิสระ

Phrakru Udom Jaruwan

Independent Scholar

Corresponding Author E-mail : Jaruwansas@gmail.com

(Received : 25 October 2021 ; Edit : 5 November 2021; accepted : 8 November 2021)

บทคัดย่อ

การบริการสาธารณะตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ถือว่า เป็นให้บริการประชาชนที่ดีขึ้น นับได้ว่าเป็นเรื่องหนึ่งที่ต้องกรมมหาชนแห่งหนึ่งของไทย หรือหน่วยงานในภาครัฐ ของระบบราชการไทยทั้งหลาย ย่อมจะต้องมีบางส่วนบางหน่วยงานที่ยังไม่สามารถสนองความต้องการของประชาชนที่ไปขอรับบริการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจได้ สมบูรณ์แบบ แต่หากได้มีการนำเอาหลักธรรมคำสอนขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้ามาประยุกต์ใช้ได้แก่ หลักสังคหวัตถุ 4 ในการให้บริการจะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการเป็นที่พึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ นอกจากนี้ ยังสามารถนำหลักธรรมคำสอนในส่วนอื่นๆ นำมาประกอบประยุกต์ใช้ เพื่อส่งเสริม สนับสนุน เพิ่มเติมอีกได้ด้วย จะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการต่อประชาชนผู้รับบริการสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : การบริการสาธารณะ, พระพุทธศาสนา

Abstract

Public service principle in Buddhism are considered as serving the public good. Since that is the subject of a public organization, one of Thailand. And agencies in the public sector Thailand do Bureaucratic There will always be some, some agencies can't meet the needs of the public to obtain access to the complete satisfaction. If you have adopted the principles of the teachings of the Buddha are applied. Sangahavattu four main object of the service will be effective in providing a wide range of public services can also be used in other doctrinal. Attributed applications to further promote it. Allows efficient in providing service to the public complete.

Keywords: public service, Buddhism

บทนำ

การบริการ เป็นการปฏิบัติงานที่จะกระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่างๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใดๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้คนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ จัดได้ว่าเป็นการให้บริการทั้ง การจัดอำนวยความสะดวก การสนองความต้องการของผู้ใช้บริการก็เป็นการให้บริการ การให้บริการจึงสามารถดำเนินการได้หลากหลายวิธี จุดสำคัญ คือ เป็นการช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ(สมิต สัชฌุกร,2542)

การจัดบริการสาธารณะหรือบริการส่วนรวมที่หลากหลาย นับได้ว่าเป็นบทบาทหน้าที่เบื้องต้นของรัฐหรือรัฐบาล ที่ในแวดวงวิชาการรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ได้มีการถกเถียงกับมาพอควรว่าแท้จริงนั้น บทบาทของการจัดบริการสาธารณะของภาครัฐควรกว้างขวางมากเพียงใด

โดยหลักการแล้ว การบริการสาธารณะย่อมยังประโยชน์แก่สังคมและบุคคลทั่วไป การดำเนินบทบาทสำคัญประการนี้ของหน่วยงานภาครัฐจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อเรื่องของประสิทธิภาพในเชิงการบริหาร

จัดการ และประสิทธิภาพเช่นว่านี้ ย่อมเป็นองค์ประกอบสำคัญในการกำหนดทิศทางในภาพรวมของประสิทธิภาพของการจัดการภาครัฐที่มีต่อระบบการบริหารงานภาครัฐและระบบเศรษฐกิจ

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

คุณภาพการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ จัดได้ว่าเป็นเรื่องหรือแนวคิดใหม่ที่หน่วยงานภาครัฐจะต้องดำเนินการตามกรอบและบริบทของการปฏิรูประบบบริหารภาครัฐของไทย โดยเฉพาะนับแต่ได้มีการรื้อปรับระบบราชการครั้งใหญ่เมื่อปี พ.ศ.2545 อันเป็นผลมาจากทั้งนโยบายของรัฐบาลในสมัยนั้น (สมัยพันตำรวจโท ดร.ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี) และข้อกำหนดจากบทบัญญัติของกฎหมายหลายฉบับ อาทิ กฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน กฎหมายว่าด้วยการปรับปรุงส่วนราชการ และพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี เป็นต้น ประกอบกับการนำแนวคิดของการบริหารงานราชการแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Result-based Management) ได้ทำให้หน่วยงานราชการต่างๆ มุ่งกำหนดเป้าประสงค์หลักเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Core Objective) ในการจัดบริการประชาชนทุกระดับเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ อันเป็นไปตามเจตนารมณ์ในการพัฒนาระบบราชการในเชิงการจัดระบบบริหารราชการแผ่นดินที่เน้นความมีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างแท้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งตามบทบัญญัติที่ระบุไว้ในพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546

แนวคิดการพัฒนาคุณภาพการให้บริการประชาชนที่ดีขึ้น นับได้ว่าเป็นเรื่องหนึ่งที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ ได้เร่งรัดผลักดันการดำเนินการในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เมื่อพิจารณาถึงการให้บริการประชาชนขององค์กรขนาดใหญ่ เช่น กระทรวงสาธารณสุข สภานายความ เป็นต้น ซึ่งเป็นองค์กรมหาชนแห่งหนึ่งของไทย หรือหน่วยงานในภาครัฐ ของระบบราชการไทยทั้ง หลาย ย่อมจะต้องมีบางส่วนบางหน่วยงานที่ยังไม่สามารถสนองความต้องการของประชาชนที่ไปขอรับบริการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจได้สมบูรณ์แบบ แต่หากได้มีการนำเอาหลักธรรมาภิบาลขององค์กรสมเด็จพะระสัมมาสัมพุทธเจ้ามาประยุกต์ใช้ได้แก่ หลักสังคหวัตถุ 4 ในการให้บริการจะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการเป็นที่พึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ นอกจากนี้ ยังสามารถนำหลักธรรมาภิบาลในส่วนอื่นๆ นำมาประกอบประยุกต์ใช้ เพื่อส่งเสริม สนับสนุน เพิ่มเติมอีกได้ด้วย จะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการต่อประชาชนผู้รับบริการสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

หลักการบริการทั่วไป

การบริการถือเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทหนึ่งเรียกว่า ผลิตภัณฑ์บริการ (Service product) ซึ่งแตกต่างกับสินค้า (goods) เนื่องจากผลิตภัณฑ์บริการที่แท้จริงจะไม่เกี่ยวข้องหรือมีตัวสินค้าแต่อย่างใด ในการขายสินค้าโดยปกติก็มักจะมี การบริการควบคู่การขายไปด้วยนั้น ซึ่งมักจะเป็นบริการหลังการขาย (product support service) ไม่จัดว่าเป็นผลิตภัณฑ์บริการแต่ไม่ว่าจะเป็นบริการประเภทใดก็ตามก็ต้องคำนึงถึงปัจจัยที่สำคัญ 5 ด้าน ได้แก่

1) ผู้รับบริการ เนื่องจากความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นเป้าหมายหลักของการบริการและโน้มนำให้ผู้รับบริการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในภายหลัง แต่การบริการใดๆ จะได้ผลตรงที่ต่อ เมื่อต้องได้รับความสนใจจากผู้รับบริการ ดังนั้น การรับรู้การบริการที่ผู้รับบริการพึงพอใจจึงเป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้เพื่อจะได้บริการได้อย่างถูกต้อง

(1) ลักษณะการรับรู้ของผู้รับบริการแบ่งเป็น 2 ลักษณะด้วยกัน คือ

- การรับรู้จากประสบการณ์ที่ได้รับ เกิดจากผู้รับบริการเคยใช้บริการแล้ว และเกิดความรู้สึกหรือความเข้าใจในภาพพจน์เกี่ยวกับบริการนั้นว่ามีคุณภาพมากน้อยเพียงใด

- การรับรู้จากความคาดหวัง เป็นการรับรู้ที่เกิดจากการโฆษณาภาพพจน์จากสื่อต่างๆ เกิดเป็นความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการขึ้น

(2) ประเภทของผู้รับบริการ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

- จำแนกตามพฤติกรรมของผู้รับบริการ

ก) ผู้รับบริการชั้นประหยัด (Economizing customer) เป็นผู้รับบริการที่เน้นคุณค่า การบริการ ชอบการบริการที่มีคุณภาพราคาถูก ชอบที่จะเรียกรื่องสิ่งต่างๆ และเปลี่ยนใจง่าย

ข) ผู้รับบริการชั้นจริยธรรม (Ethical customer) เป็นผู้รับบริการที่ให้ความเท่าเทียมกันแก่บุคคลอื่นๆ เน้นสิ่งที่เป็นกรกระทำประโยชน์เพื่อสังคม ชอบให้การบริการเป็นไปตามปกติและเห็นอกเห็นใจผู้ให้บริการ

ค) ผู้รับบริการแบบปัจเจกบุคคล (Personalizing customer) เป็นผู้รับบริการที่ชอบให้ผู้อื่นเห็นความสำคัญของตน ต้องการยกย่องให้เกียรติ การให้บริการที่พิเศษเฉพาะตน

ง) ผู้รับบริการตามสะดวก (Convenient customer) เป็นผู้รับบริการที่เข้าใจอะไร ง่ายๆ ยินดีจ่ายเงินเพื่อซื้อความสะดวกสบายต้องการคุณภาพในการบริการระดับหนึ่ง แต่ชอบในความสะดวก รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก

- จำแนกตามเกณฑ์การพิจารณาอัตราค่าบริการ

ก) ผู้รับบริการที่ไวต่อราคา (Price sensitive customer) จะใช้การพิจารณาจากราคาเป็นสำคัญ คุณภาพไม่เป็นไร นิยมความประหยัด

ค) ผู้รับบริการที่ไวต่อทั้งราคาและคุณภาพ (Price quality customer) จะตัดสินใจด้วยราคาและคุณภาพอย่างมีเหตุผลเปรียบเทียบความคุ้มค่าของการบริการกับค่าบริการ

ง) ผู้รับบริการที่ไวต่อคุณภาพ (Quality sensitive customer) จะสนใจคุณภาพเป็นหลัก ราคาเท่าไรก็ได้ ชอบบริการที่ถูกต้อง

จ) ผู้รับบริการที่ให้ความเชื่อถือต่อราคา (Price surrogate customer) เป็นผู้ที่อาศัยปัจจัยภายนอกมาเสริมการตัดสินใจ โดยมักเชื่อว่าค่าบริการที่สูงจะมีคุณภาพบริการที่ดีเสมอ

2) ผู้ปฏิบัติงานบริการ เป็นผู้ดำเนินงานบริการ ซึ่งต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการในแบบใดแบบหนึ่ง และมุ่งปฏิบัติงานอย่างเต็มประสิทธิภาพเพื่อภาพพจน์ที่ดีของการบริการนั้นๆ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

(1) ประเภทที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์และปรากฏตัวกับผู้รับบริการ เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานประชาสัมพันธ์

(2) ประเภทที่ไม่ต้องมีปฏิสัมพันธ์แต่ต้องปรากฏตัวกับผู้รับบริการ เช่น พนักงานจัดเครื่องดื่ม

(3) ประเภทที่ต้องปฏิสัมพันธ์แต่ไม่ต้องปรากฏตัวกับผู้รับบริการ เช่น นักบิน

(4) ประเภทที่ไม่ต้องปฏิสัมพันธ์และปรากฏตัวกับผู้รับบริการ เช่น บัญชี

3) องค์การธุรกิจบริการ มุ่งที่จะสนองความต้องการของผู้รับบริการเสมอ ผลิตบริการที่ผู้ซื้อเกิดความพึงพอใจ ผู้ประกอบการเป็นผู้วางนโยบายการบริการและควบคุมการดำเนินงานขององค์การให้อยู่รอดและมีกำไร ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายด้านได้แก่

(1) นโยบายบริการ ต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายรวมชัดเจนและแจ้งต่อพนักงานทุกคนให้ปฏิบัติตามโดยพร้อมเพียงและคอยควบคุมให้พนักงานปฏิบัติตามนโยบายที่ตั้งไว้

(2) การบริหารการบริการ เป็นการกำหนดโครงสร้างและกลยุทธ์การบริหารการบริการที่ดี ให้ความสำคัญแก่ผู้รับบริการและพนักงานบริการทุกระดับ มีแนวทางในการปรับแผนกลยุทธ์และฝึกอบรมพนักงานและพัฒนาทักษะในการบริการอยู่เสมอ

(3) วัฒนธรรมการบริการ เสริมสร้างความร่วมมือร่วมใจ ความเชื่อถือและความจริงใจต่อกัน ระหว่างหน่วยงานภายในองค์การและระหว่างพนักงานด้วยกัน

(4) รูปแบบการบริการ องค์การต้องมีการพิจารณารูปแบบและวิธีการนำเสนอที่ดีสอดคล้องกับนโยบายการบริการ นำเทคโนโลยีต่างๆ มาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม

(5) คุณภาพของการบริการ มีการควบคุมมาตรฐานคุณภาพให้บริการอย่างจริงจัง มีการตรวจสอบและประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการ มุ่งหาข้อบกพร่องของการบริการอยู่เป็นระยะๆ

4) ผลิตภัณฑ์บริการ การนำเสนอวิธีการให้บริการและการปฏิบัติต่อผู้รับบริการ จะต้องเป็นไปตามนโยบายการบริการและมุ่งสู่เป้าหมายของการบริการที่มีคุณภาพสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ เพื่อให้

เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อผู้รับบริการ องค์กรจะต้องนำเสนอรูปแบบการบริการ (Service offer) ให้แก่ผู้รับบริการ โดยคำนึงถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์บริการ รูปแบบการให้บริการและภาพลักษณ์ของการบริการ

ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการนั้น ต้องมีการสำรวจความต้องการของผู้รับบริการและประเมินความคาดหวังของผู้รับบริการต่อการบริการ เพื่อกำหนดระดับของการให้บริการได้อย่างถูกต้อง ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

(1) การบริการหลัก (Core service) เป็นกิจกรรมหลักของการบริการนั้นๆ เช่น สายการบิน นำผู้โดยสารส่งถึงที่หมาย

(2) การบริการตามความคาดหวัง (Expected service) เป็นกิจกรรมที่ผู้รับบริการมักคาดหวังไว้ว่าจะได้รับ เช่น การได้พบแพทย์ผู้ชำนาญเมื่อมาตรวจรักษา

(3) การบริการเกินความคาดหวัง (Exceeded service) เป็นกิจกรรมที่ผู้รับบริการมิได้คาดหวังและเมื่อได้รับการบริการ ผู้รับบริการจะเกิดความรู้สึกประทับใจและนำไปสู่ความเป็นเลิศในการบริการ เช่น การคอยอำนวยความสะดวกด้วยไมตรีจิตแก่ผู้มาคอยรับบริการ

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

(1) สภาพแวดล้อมภายนอก หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏภายนอกอาคาร เช่น สถานที่ตั้งทางเข้าออก ที่จอดรถ ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ เป็นต้น

(2) สภาพแวดล้อมภายใน หมายถึง ลักษณะการจัดระบบภายในอาคาร การวางแผนผัง การจัดวางวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ

ดังนั้น สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการ เป็นปัจจัยในการสร้างความประทับใจและเอกลักษณ์ของการบริการ ทำให้เกิดความแตกต่างในคุณภาพของการบริการ และยังเป็นส่งเสริมคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรในองค์กรนั้นๆ อีกด้วย(อเนก สุวรรณบัณฑิต,2548)

การบริการเป็นกระบวนการทางสังคมที่มีการเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ โดยสามารถแยกองค์ประกอบออกได้เป็น

(1) ผู้ให้บริการ (Provider) ได้แก่ ผู้ที่ทำการผลิตสินค้าบริการ ผู้จัดให้เกิดการบริการและผู้นำเสนอสินค้าบริการ

(2) กระบวนการในการให้บริการ (Service) ได้แก่ กระบวนการหรือวิธีการให้การนำเสนอสินค้าบริการจากผู้ให้บริการไปสู่ผู้รับบริการ

(3) ผู้รับบริการ (Customer) ได้แก่ ผู้ที่มาใช้บริการที่ผู้ให้บริการจัดให้ โดยเข้าร่วมในกระบวนการให้บริการ

งานบริการมีลักษณะสำคัญ ประกอบด้วย

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

ด้วยคุณลักษณะที่จับต้องไม่ได้ของงานบริการ ทำให้ภาพลักษณ์กลายเป็นปัจจัยสำคัญในการแยกความแตกต่างออกจากคู่แข่ง ส่วนผู้ใช้บริการจำเป็นต้องสร้างความมั่นใจให้แก่ตัวเองก่อนที่จะตัดสินใจซื้อบริการ โดยพวกเขาพยายามค้นหาหลักฐานที่สามารถจับต้องได้ สำหรับใช้อ้างอิงถึงคุณภาพของบริการจากสถานที่ คน อุปกรณ์ เอกสารการสื่อสาร สัญลักษณ์ ตรายี่ห้อ และราคาที่พวกเขาพบในขณะนั้น ดังนั้น งานของผู้ให้บริการก็คือ การจัดการหลักฐานเพื่อให้สิ่งที่ไม่มีความเป็นตัวตนปรากฏเป็นตัวตนออกมา (to manage the evidence; to tangible the intangible.) โดยการเพิ่มหลักฐานเชิงกายภาพและจินตนาการให้แก่บริการที่ไร้ตัวตน/จับต้องไม่ได้ของตนขึ้นมา

ประการที่สอง ความมีอาจแบ่งแยกได้ (Inseparability) การผลิตและการบริการงานบริการจะเกิดขึ้นพร้อมๆ โดยไม่สามารถแบ่งแยกออกจากกันได้ ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ หัตถอุตสาหกรรมจะมีการผลิตขึ้นมาก่อน หลังจากนั้นก็เป็นขั้นตอนการขนส่ง การค้าส่ง การค้าปลีก และการบริโภค แต่ในงานบริการนั้น การผลิตบริการ (การให้บริการ) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นพร้อมกับการบริโภค การบริการ ในแง่นี้ทำให้ตัวผู้ผลิตบริการจึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของการบริการไปด้วย ในกรณีที่เป็นการบริการประเภทผู้รับบริการปรากฏอยู่ต่อหน้าการผลิตบริการ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการถือว่าเป็นส่วนสำคัญที่ไม่สามารถแยกออกจากการบริการได้

นอกจากนี้ ในงานบริการประเภทบันเทิงหรืองานที่ใช้ผู้เชี่ยวชาญระดับสูง ผู้ซื้อบริการจะให้ความสำคัญต่อตัวผู้ให้บริการที่พวกเขาคาดหวังอย่างมาก เช่น นักเรียนที่จะเรียนพิเศษภาษา อังกฤษ พวกเขาจะให้ความมั่นใจว่าใครเป็นผู้สอน มีความรู้ความสามารถ ประสบการณ์สอนและอัธยาศัยเป็นอย่างไร เป็นต้น

ประการที่สาม ความไม่คงเส้นคงวา (Variability) เนื่องจากคุณภาพของงานบริการขึ้น อยู่กับตัวผู้ให้บริการ สถานที่ และเวลาให้บริการ ด้วยเหตุนี้งานบริการจึงมีความไม่คงเส้นคงวาสูง เช่น ในสำนักงานกฎหมายแต่ละแห่ง ย่อมมีทนายความหลายคนที่มีความรู้ความสามารถแตกต่างกัน อันทำให้คุณภาพของการให้บริการมีความแตกต่างกันค่อนข้างสูง

วิธีการแก้ไขปัญหเกี่ยวกับความไม่คงเส้นคงวาของงานบริการโดยการควบคุมคุณภาพของการให้บริการ ซึ่งโดยทั่วไปมีดังนี้ ประการแรก การสรรหาและคัดเลือกให้ได้บุคลากรตรงกับคุณสมบัติที่ต้องการ พร้อมกับ การจัดอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากร ประการที่สอง สร้างกระบวนการให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน (Standardization of the service - performance Process) ทั้งทั้งองค์กร โดยการจัดทำพิมพ์เขียวที่เป็นแผนภูมิแสดงถึงขั้นตอนการทำงานทั้งหมดตั้งแต่ต้นจนจบ และประการที่สาม กำกับติดตามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยพิจารณาจากร้องเรียน การให้คำแนะนำ การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า และการใช้บริการที่อื่นเพื่อเปรียบเทียบ

ประการที่สี่ ความไม่สามารถเก็บรักษาเอาไว้ได้ (Perish ability) เนื่องจากมูลค่าของงานบริการจะถูกสร้างขึ้นในเวลาที่ใช้บริการเท่านั้น งานบริการจึงไม่สามารถเก็บกักตุนเอาไว้ได้ ปัญหาความเสียหายที่เกิดจากการขายบริการไม่ได้จะเกิดขึ้นในสภาวะที่อุปสงค์มีความไม่แน่นอนสูง(ชาย รัตนดิลก,2551)

การบริการที่ดีมีคุณลักษณะ 7 ประการ

บริการ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า SERVICE ซึ่งมีความหมายของการบริการที่สามารถยึดเป็นหลักในการปฏิบัติได้ คือ(วสันต์ ยอดศรี,2550)

S = Smiling & Sympathy ยิ้มแย้ม และเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของผู้มารับบริการ

E = Early Response ตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้มารับบริการอย่างรวดเร็วทันใจ โดยไม่ต้องให้เอ่ยปากเรียกร้อง

R = Respectful แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้มารับบริการ

V = Voluntariness manner การให้บริการที่ท้ออย่างสมัครใจ เต็มใจทำ ไม่ใช่ทำงานอย่างเสียไม่ได้

I = Image Enhancing การรักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการ และภาพลักษณ์ขององค์กรด้วย

C = Courtesy ความกระตือรือร้น

E = Enthusiasm ความอ่อนน้อม อ่อนโยน สุภาพ มีมรรยาทดี

หลักการบริการสาธารณะ

การบริการสาธารณะ หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่รัฐบาลจัดขึ้นเพื่อสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชน ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ(ประยูร กาญจนดุล,2544)

1) กิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการได้รับความปลอดภัย คือ หน่วยงานที่ให้การบริการเพื่อตอบสนองความต้องการความปลอดภัย เช่น ตำรวจ ทหาร เป็นต้น

2) กิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการได้รับความสะดวกสบาย ได้แก่ หน่วยงานที่ให้บริการตอบสนองความต้องการด้านความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิต เช่น การไฟฟ้า การประปา องค์กรโทรศัพท์แห่งประเทศไทย เป็นต้น

สำนักนโยบายและแผน กรุงเทพมหานคร มองว่าการให้บริการสาธารณะเมืองค์ประกอบสำคัญอยู่ 4 ด้าน คือ(สำนักนโยบายและแผน,2538)

- 1) ปัจจัยนำเข้า (Input) หรือทรัพยากรอันได้แก่บุคลากร ค่าใช้จ่าย อุปกรณ์ และ สิ่งอำนวยความสะดวก
- 2) กิจกรรม (Activities) หรือกระบวนการ (Process) หมายถึง วิธีการที่จะใช้ทรัพยากร
- 3) ผล (Results) หรือผลผลิต (Outputs) หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นหลังจากมีการใช้ทรัพยากร
- 4) ความคิดเห็น (Opinions) ต่อผลกระทบ (Impacts) ซึ่งหมายถึงความคิดเห็นของประชาชนต่อบริการที่ได้รับ จากความหมายดังกล่าวเป็นการพิจารณาโดยใช้แนวคิดเชิงระบบที่มีการมองว่าหน่วยงานที่มีหน้าที่ให้บริการนำปัจจัยนำเข้าสู่กระบวนการผลิต และออกมาเป็นผลผลิตหรือการบริการ

การมองในแง่ของผลกระทบที่เกิดขึ้นหลังการให้บริการ สามารถวัดได้จากความคิดเห็น หรือทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อระบบการให้บริการนั้น

หลักการให้บริการสาธารณะ มีหลักสำคัญอยู่ 5 ประการคือ

- 1) บริการสาธารณะเป็นกิจกรรมที่อยู่ในความอำนาจการ หรือในความควบคุมของฝ่ายปกครอง
- 2) บริการสาธารณะ มีวัตถุประสงค์ในการสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชน
- 3) การจัดระเบียบและวิธีการจัดทำบริการสาธารณะย่อมจะต้องมีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้เสมอโดยตัวบทกฎหมาย
- 4) การสาธารณะจะต้องจัดดำเนินการโดยสม่ำเสมอไม่มีการหยุดชะงัก ถ้าจะต้องหยุด ชะงักลงด้วยประการใดก็ตาม ประชาชนย่อมได้รับความเดือดร้อน หรือได้รับความเสียหาย
- 5) เอกชนย่อมมีสิทธิที่จะได้รับผลประโยชน์จากบริการสาธารณะเท่าเทียมกันเพื่อประโยชน์ของประชาชนโดยเสมอหน้ากัน

เป้าหมายของการให้บริการสาธารณะคือ การสร้างความพอใจให้แก่ผู้รับบริการ ดังนั้น การที่จะวัดว่าการให้บริการสาธารณะบรรลุเป้าหมายหรือไม่ วิธีหนึ่งก็คือการวัดความพึงพอใจของ ประชาชนผู้รับบริการ เพื่อเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่มีหน้าที่ให้บริการ เพราะการวัดความพึงพอใจนี้เป็นการตอบคำถามว่าหน่วยงานที่มีหน้าที่ให้บริการมีความสามารถ ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้หรือไม่ เพียงใด และอย่างไร

หลักการที่ใช้ในการบริการสาธารณะ

หลักการอีกอย่างที่จะทำให้การอยู่ร่วมกันในสังคมเป็นไปด้วยความสุขคือ สังคหวัตถุ 4 การสงเคราะห์ซึ่งกันและกัน หลักธรรมนี้จะช่วยให้ผู้ปฏิบัติสามารถยึดเหนี่ยวจิตใจผู้อื่นได้ สร้างมิตรไมตรีที่ดีต่อกันและกันได้ และเหมาะสมที่ใช้ในการบริการ ซึ่งหลักธรรมทั้ง 4 ประการนั้น ได้แก่

1) ทาน การให้ การเสียสละวัตถุสิ่งของต่างๆ ตามสมควรแก่กำลังตน เพื่อให้คนอื่นได้รับความสุขจากการมีวัตถุบ้าง เช่น การให้ทานแก่คนยากจน คนกำพร้า คนด้อยโอกาส การให้ทานนอกจากจะช่วยทำให้สังคมได้รับประโยชน์แล้ว ยังช่วยให้ตัวผู้ทำทานลดกิเลสตัณหาที่มีอยู่ในจิตใจได้ นั่นก็คือ ความโลภ ความตระหนี่ถี่เหนียว ความเห็นแก่ตัว นอกจากนี้การให้ทานยังเป็นพื้นฐานที่จะทำให้เราสามารถปฏิบัติความดีอื่น ๆ ขึ้นไปได้

2) ปิยวาจา การพูดด้วยถ้อยคำที่ไพเราะอ่อนหวาน พูดด้วยความจริงใจ ไม่หยาบคายก้าวร้าว พูดในสิ่งที่เป็นประโยชน์เหมาะกับกาลเทศะ เรามักจะได้ยินกันบ่อยว่า อยู่คนเดียวระวังความคิด อยู่ร่วมมิตรระวังคำพูด การอยู่ร่วมกับผู้อื่น คำพูดเป็นสิ่งสำคัญมาก หากพูดเป็น รู้จักพูดเราก็จะได้ประโยชน์จากคำพูดนั้นมากมาย คำพูดที่ดีถูกกาลเทศะเพียงไม่กี่คำก็อาจเปลี่ยนจิตใจคนเลวให้กลายเป็นดีได้ เช่น พระพุทธเจ้าพูดกับองคุลิมาล ในขณะที่องคุลิมาลถือมีดไล่ฟันพระพุทธเจ้าและเรียกให้พระองค์หยุด พระองค์ไม่หยุดแต่พูดว่า เราหยุดแล้วท่านต่างหากที่ยังไม่หยุด เพียงแค่นี้ก็ทำให้องคุลิมาลได้สติและหันมาฟังคำสอนของพระพุทธเจ้าจนบรรลและเป็นพระอรหันต์ในที่สุด ฉะนั้น เวลาจะพูดอะไรออกไปเราควรคิดให้ดีเสียก่อน คำพูดของเราจึงจะมีค่า คำพูดที่เป็นปิยวาจานั้นคือคำพูดที่เว้นการพูดเท็จ พูดส่อเสียด พูดคำหยาบ และพูดเพ้อเจ้อ

3) อัตถจริยา การสงเคราะห์ทุกชนิดหรือการประพาดในสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่ผู้อื่น ทำตัวเป็นประโยชน์ เห็นใครทำอะไรที่เป็นประโยชน์แก่ส่วนรวมก็อาสาเข้าไปช่วยเหลือ แบ่งเบาภาระ หากสังคมมีคนประเภทนี้มากๆ ก็จะมีแต่ความสุขความเจริญ เกิดความรักความสามัคคีต่อกันและกัน การอาสาเข้าไปช่วยเหลือนี้เป็นเหมือนทุกคนได้หลอมละลายจิตใจเข้าเป็นหนึ่งเดียว ร่วมแรงร่วมใจกันทำสิ่งต่างๆ ที่จะเกิดผลดีแก่สังคมโดยรวม

4) สมานัตตตา ความเป็นผู้มีตนเสมอ เป็นผู้มีตนเสมอในธรรมทั้งหลายตามสมควร การทำตัวให้เข้ากับผู้อื่น ได้ ด้วยการร่วมสุข ร่วมทุกข์ ไม่ถือตัว มีความเสมอภาคต่อกัน วางตัวเหมาะสม สังคมเขาปฏิบัติอย่างไร เราก็ปฏิบัติอย่างนั้นตามสมควร เขาอยู่อย่างไรเราก็อยู่อย่างนั้น เขากินอย่างไรเราก็กินอย่างนั้น จะทำให้การอยู่ร่วมกับคนอื่นในสังคม เป็นไปด้วยความสุข ไม่มีการแบ่งแยก

หลักธรรมทั้ง 4 ประการนั้น มีผู้ประพันธ์เป็นคำกลอนเพื่อให้จำได้ง่ายๆ ว่า โอบอ้อมอารี วจีไพเราะ สงเคราะห์ประชาชน วางตนเสมอ ในพระสูตรตันตปิฎก ทีฆนิกาย ปาฎิกวรรค ได้กล่าวถึงสังคหวัตถุ 4 ว่า

“ดูกรภิกษุทั้งหลาย ตถาคตเคยเป็นมนุษย์ในชาติก่อน ภพก่อนกำเนิดก่อน เป็นผู้สงเคราะห์ประชาชนด้วยสังคหวัตถุ 4 คือ การให้การกล่าว คำเป็นที่รัก การประพจน์ให้เป็นประโยชน์ และความเป็นผู้มีตนเสมอ ตถาคตยอมเข้าถึงสุคติโลกสวรรค์เบื้องหน้าแต่ตายเพราะกายแตก เพราะกรรมนั้น อันตนทำ สังสม พอกพูน ไพบูลย์ ฯลฯ ครั้นจุติจากโลกสวรรค์แล้วมาสู่ความเป็นอย่างนี้ ย่อมได้เฉพาะซึ่งมหาปรีสลักษณะ ทั้ง 2 นี้”

จึงกล่าวได้ว่า สังคหวัตถุ 4 ประการนั้นนอกจากจะทำให้การอยู่ร่วมกันในสังคมเป็นไปอย่างมีความสุข ยังทำให้ผู้ปฏิบัติได้รับบุญกุศลไปเกิดบนสวรรค์ด้วย และหากเกิดมาเป็นมนุษย์ในโลกนี้อีก ก็ย่อมจะเป็นมนุษย์ที่มีรูปร่างสมบูรณ์ (พระมหาบุญมี มาลาวชิโร, 2551)

สรุป

การให้บริการประชาชนนั้น ผู้ให้บริการจะต้องให้บริการด้วยความเป็นกัลยาณมิตร มีความมุ่งมาดปรารถนาดี เต็มใจที่จะช่วยเหลือประชาชนอย่างเต็มความสามารถ เมื่อมีปัญหาติดขัดหรือขัดข้องด้านเอกสาร ก็คิดหาวิธีแก้ไข ช่วยคลี่คลายปัญหาให้ประชาชนได้รับการบริการที่ดี สมหวังกลับไปด้วยความซาบซึ้งประทับใจ ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการให้บริการโดยใช้หลักสังคหวัตถุ 4 ย่อมเพียงพอที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ประชาชนทุกคนที่ไปขอรับบริการได้

เอกสารอ้างอิง

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