

บทที่ 2

กรอบแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้ ผู้ศึกษาทำการศึกษา ข้อมูล 3 ส่วนด้วยกัน คือ กรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยเกี่ยวกับการสำรวจความพึงพอใจ หรืองานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง และ ข้อมูลทั่วไปของศูนย์คอมพิวเตอร์

ผู้ศึกษาได้แบ่งการศึกษากรอบแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็น 2 ส่วนด้วยกัน คือ กรอบแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ และกรอบแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1 กรอบแนวคิดทฤษฎี

1.1 กรอบแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ

ความหมายและหลักการให้บริการ

ปรัชญา เวสารัช (2540) ได้ให้ความหมายของการบริการ และการบริการประชาชน โดยหน่วยงานของรัฐไว้ว่า การบริการ หมายถึง การปฏิบัติรับใช้การให้ความสะดวกต่างๆ การบริการประชาชนโดยหน่วยงานของรัฐ เป็นการอำนวยความสะดวกที่หน่วยงานของรัฐจัดให้แก่ประชาชนทั้งนี้หน่วยงานอาจกำหนดให้ประชาชนไปรับบริการที่หน่วยงานของรัฐหรืออาจส่งเจ้าหน้าที่ออกไปให้บริการในจุดที่สะดวกสำหรับประชาชนก็ได้

หลักการให้บริการ

อิลิฮู เคท และ เบรนดา ดาเน็ต (Elihu Kate and Brenda Danet ,1973 : 4-6. อ้างถึงใน สมทรง รักเกตุ, 2538 :20-21) ได้ให้แนวคิดเรื่องหลักของการให้บริการที่ควรปฏิบัติขององค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน โดยยึดหลัก 3 ประการคือ

1. การติดต่อเฉพาะงาน (Specificity) หมายความว่า การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการกับเจ้าหน้าที่ขององค์กรที่เป็นทางการ จำกัดเฉพาะเรื่องงานเท่านั้น
2. การปฏิบัติโดยเสมอภาคเท่าเทียมกัน (Universality) หมายความว่า องค์กรจะปฏิบัติต่อผู้รับบริการด้วยความเป็นธรรมไม่ถือเขาถือเรา
3. การวางตนเป็นกลาง (Affective Neutrality) หมายความว่า เจ้าหน้าที่ขององค์กรต้องไม่เอาอารมณ์ส่วนตัวเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับงานการปฏิบัติต่อผู้รับบริการต้องเป็นไปโดยสงบ โดยหลักการและเหตุผล เจ้าหน้าที่ต้อง ไม่ตะคอก ทะเลาะเบาะแว้งกับผู้รับบริการ

หลักการพื้นฐานของการให้บริการ (ปรัชญา เวสารัช, 2540:20)

1. ทำให้ผู้รับบริการเต็มใจและไม่เกิดความทุกข์ความเครียดในการมารับบริการ

2. อย่าปล่อยให้ผู้รับบริการอยู่ที่หน่วยบริการนานเกินไป
3. อย่าทำผิดพลาดจนผู้รับบริการเดือดร้อน
4. สร้างบรรยากาศของหน่วยบริการให้น่ารื่นรมย์
5. ทำให้ผู้รับบริการเกิดความคุ้นเคยกับบริการ
6. เตรียมความสะดวกให้พร้อม

ลักษณะการให้บริการการให้บริการของรัฐและวิธีการปรับปรุงบริการของรัฐ

จอห์น ดี มิลเลท (John D. Millet, 1954 : 397. อ้างถึงใน สมทรง รักเกตุ 2538:16-17) ได้สรุป ลักษณะที่สำคัญของการบริการ ไว้ดังนี้

- 1 การให้บริการด้วยความเสมอภาค (Equitable service)
- 2 การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely service)
- 3 การให้บริการอย่างพอเพียง (Ample service)
- 4 การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service)
- 5 การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service)

ปรัชญา เวสารัช (2540) ได้กล่าวถึง ลักษณะการให้บริการของรัฐ ไว้ว่าต้องประกอบด้วย

1 มีผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ผู้ให้บริการในที่นี้เป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐซึ่งส่วนใหญ่ได้แก่ข้าราชการและลูกจ้าง รับเงินเดือนประจำโดยปัจจุบันมิได้มีค่าตอบแทนเป็นพิเศษ จากการบริการในขณะที่ผู้รับบริการในที่นี้หมายถึงประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ในการบริการแต่ละเรื่อง อาจมีกลุ่มประชาชนเฉพาะกลุ่ม

2 เป็นเรื่องที่รัฐกำหนดและเป็นลักษณะผูกขาด หน่วยงานรัฐเป็นผู้กำหนดรายละเอียด และเป็นผู้ให้บริการ ประชาชนจะต้องไปรับบริการ ณ จุดที่หน่วยงานรัฐกำหนด

3 มีการกำหนดระยะเวลาและบทลงโทษผู้ไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไข

4 กฎระเบียบรองรับรวมทั้งกำหนดขั้นตอน เงื่อนไขต่างๆไว้ค่อนข้างรัดกุม

ธงชัย สันติวงษ์ (2539:51-52) ได้เสนอแนวคิด วิธีการปรับปรุงบริการของรัฐให้ดีขึ้น ซึ่งควรจะประกอบด้วย

1 การจัดบริการที่มีคุณภาพ รู้จักนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยในการบริการ

2 ลดต้นทุน ปรับปรุงการทำงาน ให้ความรู้เพื่อเพิ่มผลผลิต วิเคราะห์การสูญเสีย แก้ไข ปรับปรุง ลดขั้นตอน

3 การเพิ่มคุณค่าให้ลูกค้า

4 การปรับปรุงการให้บริการให้ทำได้รวดเร็ว

1.2 กรอบแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า

ลักษณะองค์กรที่มุ่งเน้นที่ลูกค้า

องค์กรที่มุ่งเน้นที่จะสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้านั้นมักจะมีลักษณะดังนี้ (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2543:12)

1. เข้าใจความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าในเรื่องสินค้า/บริการ
2. สามารถสนองตอบต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าและผู้มีส่วนร่วมในองค์กรได้อย่างสมดุลกัน
3. มีการสื่อและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าให้บุคลากรในองค์กรทราบอย่างทั่วถึง
4. มีการวัดความพึงพอใจของลูกค้าและนำผลที่ได้มาใช้ในการปรับปรุงองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ
5. มีการวางแผนและวิธีการในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในระยะยาว

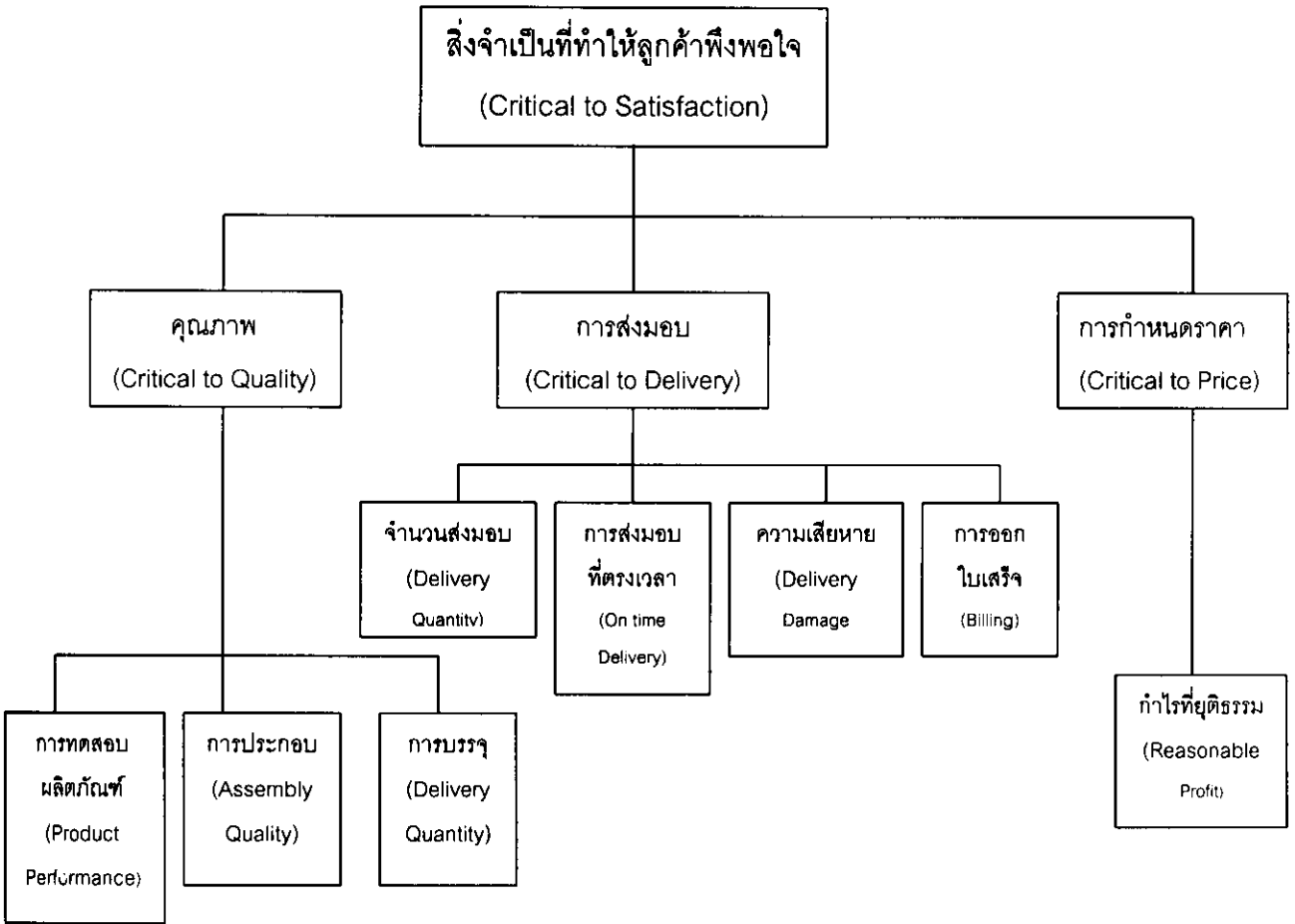
ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (2543 :12) ได้กล่าวไว้ในรายงานกรณีศึกษา Best Practices เรื่องการสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้าว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นผลที่เกิดขึ้นเมื่อลูกค้าได้รับสินค้าหรือบริการที่ตรงตามความต้องการ เนื่องจากลูกค้าแต่ละกลุ่มอาจมีความต้องการที่แตกต่างกัน ดังนั้นองค์กรจะต้องแยกแยะความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มให้ได้ โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าหลักๆ ซึ่งจะทำให้องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้ ความต้องการดังกล่าวมักเกี่ยวข้องกับ ราคา คุณภาพ การส่งมอบและการบริการเป็นต้น

วิศชัย ลิ้มปнвар (2544:30) ได้กล่าวไว้ในบทความเรื่อง Six Sigma : แนวปฏิบัติเพื่อปฏิวัติองค์การว่า เนื่องจากองค์การต่าง ๆ มักจะพบว่าสิ่งจำเป็นที่ลูกค้าพึงพอใจ (Critical to Satisfaction) นั้นมาจากหลายองค์ประกอบ ได้แก่ คุณภาพ (Critical to Quality) การส่งมอบ (Critical to Delivery) และการกำหนดราคา (Critical to Price) เป็นต้น ถ้ามองถึงรายละเอียดที่ลูกค้าพอใจเกี่ยวกับคุณภาพนั้นก็จะประกอบจากหลายปัจจัยหลักได้แก่ คุณภาพของการทดสอบงาน (Product Performance) การประกอบ (Assembly Quality) และการบรรจุหีบห่อ (Packaging Quality) เป็นต้น ส่วนเรื่องการส่งมอบก็เช่นกันอาจมาจาก จำนวนที่ส่งมอบ (Delivery Quantity) เวลาที่ส่งมอบ (Delivery time) ความเสียหายระหว่างการส่งมอบ (Delivery Damage) และการออกใบเสร็จ (Billing) เป็นต้น

สามารถอธิบายได้ว่าปัจจัยหลักต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์การอาจมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันและส่งผลกระทบให้ลูกค้าพึงพอใจได้ทั้งสิ้น โดยสามารถแสดงเป็นแผนภาพประกอบที่ 1

แผนภาพประกอบที่ 1 ปัจจัยหลักที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า



ที่มา : วัชชัย ลิ้มปนवार Six Sigma : แนวปฏิบัติเพื่อปฏิวัติองค์กร วารสาร Productivity พฤศจิกายน - ธันวาคม 2544

โครงการ Best Practices ขององค์กรชั้นนำในประเทศไทย ของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2543) ซึ่งทำการศึกษาเกี่ยวกับลูกค้าในหน่วยงานชั้นนำ 4 แห่ง ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เทศบาลอุดรธานี โรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชตะพานหิน และสำนักงานประกันสังคม เมื่อปี 2543 สรุปได้ว่า การมุ่งเน้นที่ลูกค้าเป็นกุญแจสำคัญที่จะนำองค์กรไปสู่ความเป็นเลิศได้ เพราะลูกค้าจะเป็นผู้ตัดสินว่าสินค้าหรือบริการมีคุณภาพหรือไม่ ดังนั้นองค์กรจะต้องมีวิธีการในการหาความต้องการของลูกค้าและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด การรับฟังเสียงสะท้อนจากลูกค้าเป็นวิธีหนึ่งที่จะทำให้องค์กรทราบว่าลูกค้าพอใจในสินค้าหรือบริการหรือไม่และหากลูกค้าไม่พอใจ องค์กรจะต้องแก้ไขปรับปรุงจุดบกพร่องเหล่านั้น นอกจากนี้การสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ รวมทั้งการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าก็เป็นอีกวิธีหนึ่งในการรักษาลูกค้า ซึ่งทำให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน และองค์กรที่ทำการศึกษามี Best Practices ในด้านความพึงพอใจลูกค้าและการสร้างความสัมพันธ์กับ ลูกค้าซึ่งสรุปได้ดังต่อไปนี้

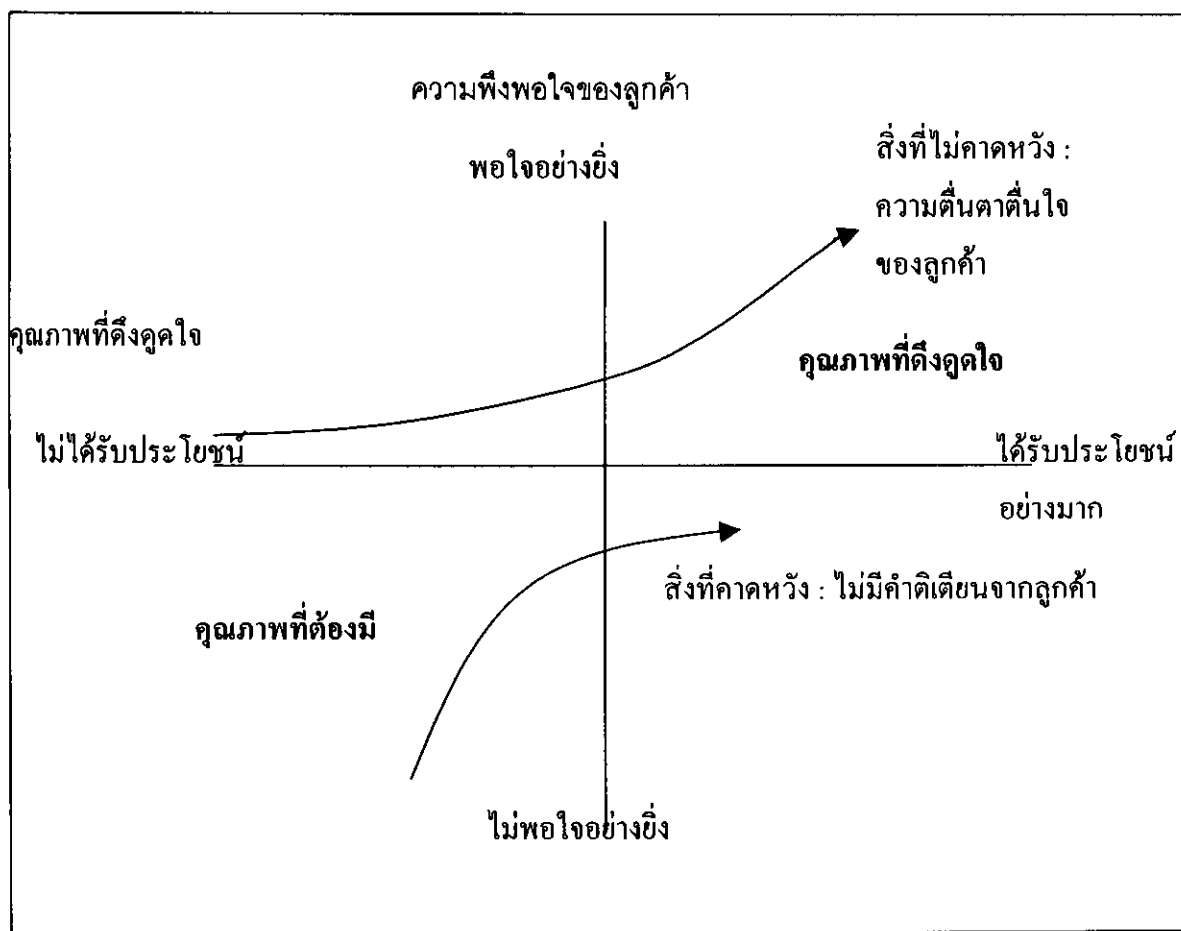
1. การบริการ โดยคำนึงถึงความพึงพอใจสูงสุดของผู้รับบริการ
2. การศึกษาความต้องการและการสร้างความพึงพอใจให้ผู้รับบริการ
3. การสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับบริการ
4. การวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการอย่างสม่ำเสมอ
5. ระบบการรับฟังข้อคิดเห็นและข้อร้องเรียนที่รวดเร็วและมีประสิทธิผล
6. การบริหารงานที่รวดเร็วคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ
7. การบริหารเชิงมุ่ง/นโยบาย (Hoshin/Policy Management)
8. ระบบการวัด ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน
9. การบริหาร โดยมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Results Based Management, RBM)
10. การประชาสัมพันธ์เชิงรุก
11. การเผยแพร่ความรู้สู่สาธารณชน

โนริอากิ คาโน และคณะ (Noriaki Kano et.al. 1984 : 39-48. อ้างถึงใน วีระศักดิ์ พิรักษา, 2542 : 95) ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีชื่อเสียงมากที่สุดท่านหนึ่งของประเทศญี่ปุ่น ได้เสนอแนวคิดในเรื่อง คุณภาพสองมิติ คือ "คุณภาพที่ต้องมี" และ "คุณภาพที่ดึงดูดใจ"

คุณภาพที่ต้องมี (Must be Quality) คือ สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการ จะต้อง มี หากลูกค้าไม่ได้รับในสิ่งนี้จะรู้สึกไม่พอใจเป็นอย่างยิ่ง ตัวอย่างเช่น ความไว้วางใจได้, ความปลอดภัย, และ ความง่ายในการใช้งาน ฯลฯ สิ่งเหล่านี้เป็นมาตรฐานในการยอมรับขั้นต่ำสุดแล้ว ในส่วนนี้เหมือนกับแนวคิดของ Dr. Joseph M. Juran ที่กล่าวว่า "คุณภาพ คือความเหมาะสมในการใช้"

คุณภาพที่ดึงดูดใจ (Attractive Quality) คือ สิ่งที่ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีให้ได้มากกว่าความต้องการในปัจจุบันของลูกค้า ยิ่งถ้ามีความเป็นพิเศษเพิ่มมากขึ้นเท่าใดก็ยิ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกตื่นเต้นและเร้าใจมากขึ้น แต่ถ้านี่ขนาดหายไปลูกค้าก็อาจจะไม่รู้สึกรึ่คกำหนดอะไร สำหรับธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงในการทำตลาดและแข่งขันชิงลูกค้าเช่นธุรกิจรถยนต์ ได้ทำให้ "คุณภาพที่ดึงดูดใจ" กลายเป็น "คุณภาพที่ต้องมี" ไปแล้ว

แผนภาพประกอบที่ 2 มิติของคุณภาพ



ที่มา : วีระศักดิ์ พิรัชญา “ความพึงพอใจสูงสุดสุดขั้วของบรรณาธิการของธุรกิจ”

เดวิด เอ การ์วิน (David A. Garvin, 1988 : 49-60. อ้างถึงใน วีระศักดิ์ พิรัชญา, 2542 : 96) ได้เสนอแนวคิดเรื่องของคุณลักษณะทางคุณภาพไว้แปดมิติ คือ

1. สมรรถนะ หมายถึง คุณลักษณะหลักในการใช้งานของผลิตภัณฑ์ เช่น อัตราความเร็ว, ความเร็ว, อัตราการใช้เชื้อเพลิง ของเครื่องยนต์ ฯลฯ
2. ลักษณะเด่น หมายถึง คุณลักษณะรองลงมาของผลิตภัณฑ์ เช่น รูปทรง, สี, ระบบจุดตัดโน้มน้ำของโทรศัพท์มือถือหรือเครื่องเสียง ฯลฯ แต่ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับการประเมินถึงความต้องการของลูกค้าหรือลูกค้าเป็นฝ่ายตัดสินใจเองว่าจะอะไรคือคุณลักษณะหลักหรือรอง

3. ความวางใจได้ หมายถึง โอกาสหรือความน่าจะเป็นที่ผลิตภัณฑ์จะไม่สามารถทำงานได้ตามที่ออกแบบในช่วงเวลาที่กำหนดไว้แน่นอน
4. ความเป็นไปตามกฎเกณฑ์ หมายถึง ขีดระดับความสามารถที่ผลิตออกมาแล้วสามารถทำหรือใช้งานได้ตามที่ออกแบบไว้หรือตามที่ที่มีมาตรฐานกำหนด ถ้าเป็นงานบริการ เช่น สายการบิน หรือร้านอาหารประเภทจานด่วน จะหมายถึง ความรวดเร็ว ในการให้บริการโดยไม่มีการหยุดชะงัก หรือเสียดังหว่าไป
5. ความทนทาน เป็นตัววัดอย่างหนึ่งสำหรับอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ มีความเกี่ยวข้องกับทั้งในมิติทางเศรษฐศาสตร์และทางเทคนิค โดยมิติหลังจะหาได้จากจำนวนครั้งของการใช้งานที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์จนถึงก่อนหน้าที่ผลิตภัณฑ์จะเกิดการเสื่อมสภาพและการใช้งานต่อไปไม่ได้ อีก ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนก็คือ หลอดไฟฟ้า ซึ่งเมื่อไส้หลอดไหม้หรือขาด ก็ต้องเปลี่ยนหลอดใหม่เลย เพราะไม่สามารถซ่อมแซมได้ หรือตัวอย่างไฟฟ้าชนิดประหยัดพลังงานที่มีครบทั้งมิติทางเศรษฐศาสตร์(ประหยัดค่าไฟฟ้า) และมิติทางเทคนิค (จำนวนวัตต์น้อยกว่าแต่ให้แสงสว่างเทียบเท่าและมีอายุการใช้งานที่ยาวนานกว่า)
6. ความสามารถในการบริการ จะรวมถึงความรวดเร็ว, ความง่ายในการซ่อมแซม, ความสามารถในการแข่งขัน เช่น สามารถตรวจพบและซ่อมแซมหรือแก้ไขปัญหาได้อย่างหมดจดว่าใช้เวลาในการบริการไปเท่าใด หากเป็นงานประเภทให้บริการจะหมายรวมถึง การแสดงออกของพนักงานผู้ให้บริการ, ความมีอัธยาศัยและไมตรี
7. ความสวยงาม หมายถึง ผลิตภัณฑ์นั้นดูมีรสนิยม หรือให้ความรู้สึกอย่างไรเมื่อได้รับ เช่น กลิ่นหอม, เสียงดี, สีสวย, รูปทรงปราดเปรียว ฯลฯ ตัวอย่างเช่น อาหาร หรือพืชผักผลไม้ว่ามีความสดสะอาดและรสชาติดีเพียงใด
8. ชื่อเสียงของสินค้าหรือผู้ผลิต บ่อยครั้งที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อโดยง่ายเพียงพิจารณาจากความเชื่อถือ หรือ ความมีชื่อเสียงของสินค้า, ผู้ผลิต หรือมาจากประเทศใด โดยแทบจะไม่สนใจเรื่องอื่นๆเลย ตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์ที่มียี่ห้อดีๆ

เทเนอร์ และ ดีโตร (Tenner and Detoro, Total Quality Management, 1992. อ้างถึงใน วีระ

ศักดิ์ พิรัชญา, 2542 : 97) ได้เสนอ 10 มิติ ของคุณลักษณะคุณภาพของงานบริการ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

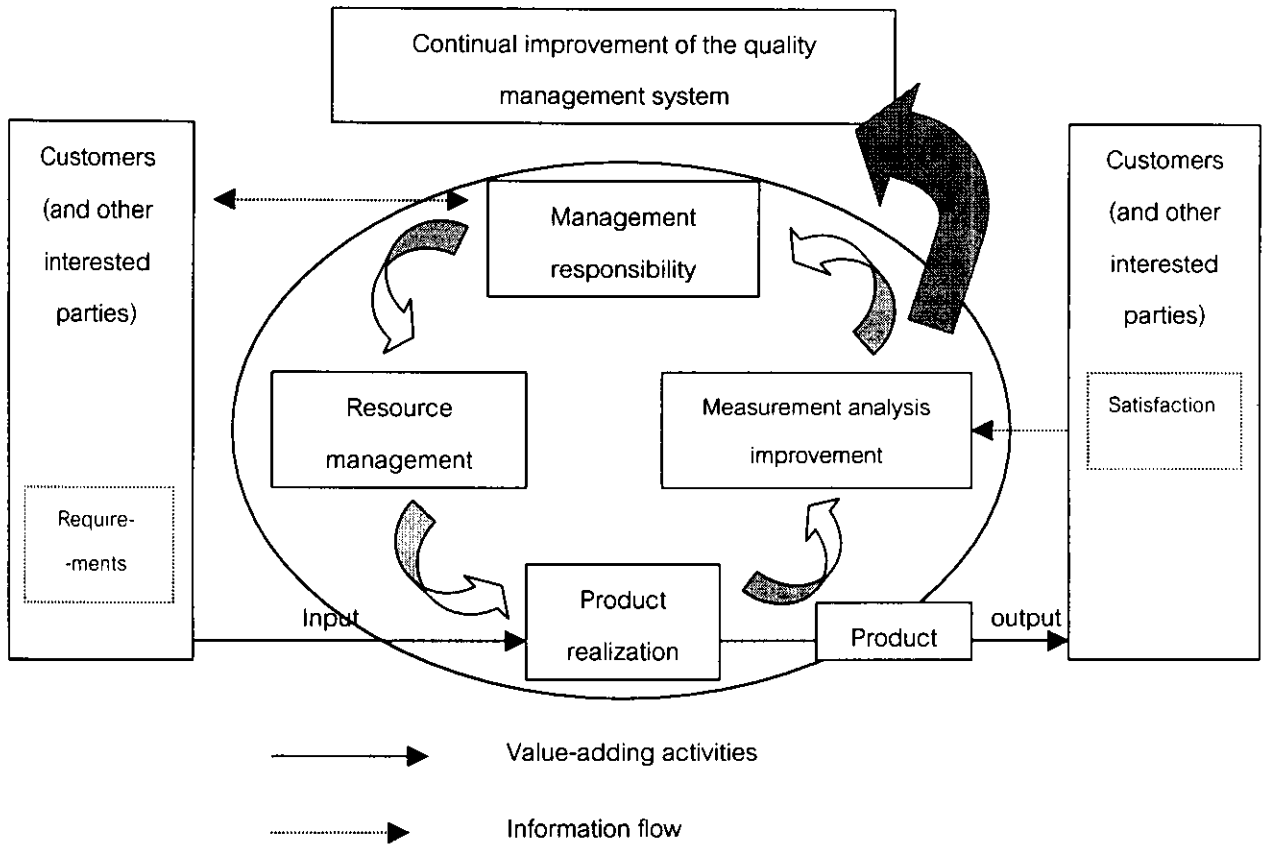
1. ความวางใจได้ เป็นสิ่งต่างๆดังตัวอย่างเช่น
 - 1.1 ความสม่ำเสมอของคุณภาพของงานหรือการบริการที่ส่งมอบให้กับลูกค้า
 - 1.2 ความสามารถในการให้คำปรึกษาหรือแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้
 - 1.3 การให้บริการที่ถูกต้องและสร้างความพึงพอใจได้ตั้งแต่ครั้งแรกและทุกๆครั้ง
 - 1.4 การรักษาคำพูดหรือคำสัญญาต่างๆที่ให้ไว้กับลูกค้า
 - 1.5 ความถูกต้องทุกครั้งของผลงานที่ทำออกมา ฯลฯ

2. การตอบสนอง เป็นความเต็มใจและความพร้อมในทุกขณะของพนักงานที่จะให้บริการของลูกค้า
3. ความสามารถในการแข่งขัน เป็นความสามารถหรือความรู้ความชำนาญที่พนักงานพึงมีในงานบริการ
4. ความสามารถในการเข้าถึงโดยลูกค้า เป็นความสามารถในการเข้าถึงได้ง่ายมากน้อยเพียงใดของลูกค้าต่อบริษัท, เวลาที่ลูกค้ารอรับการให้บริการ หรือ ชั่วโมงการทำงานของบริษัท
5. ความสุภาพ อ่อนน้อม มีอัธยาศัยดี เป็นความสุภาพเรียบร้อย และยิ้มแย้มแจ่มใสที่พนักงานพึงมีต่อลูกค้า
6. การติดต่อสื่อสาร เป็นภาษาที่ใช้ในการติดต่อกับลูกค้า, การรับฟังลูกค้า, ความสม่ำเสมอในการติดต่อลูกค้า
7. ความไวเนื้อเชื่อใจได้ เป็นความไว้วางใจที่ลูกค้ามีต่อบริษัท, ความเชื่อถือที่มีให้ระหว่างกัน, ความซื่อสัตย์ที่บริษัทมีต่อลูกค้า, ชื่อเสียงของบริษัท
8. ความปลอดภัย เป็นการปราศจากความเสี่ยงที่จะทำธุรกิจร่วมกัน, การปราศจากอันตราย, การเก็บรักษาความลับของลูกค้า
9. ความเข้าใจลูกค้า เป็นการให้ความพยายามของบริษัทในการทำความเข้าใจต่อความต้องการของลูกค้า, เรียนรู้ความต้องการพิเศษของลูกค้าแต่ละราย, เอาความใส่ใจต่อลูกค้า
10. สิ่งที่จับต้องได้ (tangibles) เป็นสิ่งที่ใช้เป็นสื่อในการให้บริการ, เครื่องอำนวยความสะดวกในการทำงาน, ลักษณะท่าทางและการแต่งกายของพนักงานผู้ให้บริการ, เครื่องไม้เครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ

กระบวนการที่ตอบสนองความต้องการลูกค้า ในระบบบริหารคุณภาพ ISO9000:2000

กระบวนการบริหารคุณภาพตามมาตรฐาน ISO9000:2000 นั้นจุดเริ่มจากการรับความต้องการของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ(Requirements) จากนั้นก็เข้าสู่กระบวนการคุณภาพภายในองค์กร ซึ่งก็คือการจัดทำสินค้าหรือบริการ โดยจะมีส่วนของความรับผิดชอบผู้บริการ (Management responsibility) เช่น เรื่องการวางนโยบาย การสื่อสารทั้งกับลูกค้าและภายในหน่วยงาน การวางแผนงาน เป็นต้น จากนั้นก็มีส่วนของการจัดการบริหารเรื่องทรัพยากร (Resource management) ที่จะต้องใช้ในการให้บริการหรือผลิตสินค้า แล้วผ่านกระบวนการผลิตซึ่งจะต้องมีการตรวจสอบ วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการปรับปรุงการให้บริการหรือสินค้าต่อไป เมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการก็จะได้สินค้าและบริการที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการคือลูกค้าหรือผู้ใช้บริการพึงพอใจ ซึ่งจะเป็นวงจรของการผลิตหรือการให้บริการ ที่ทำให้เกิดการพัฒนากระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง ดังแสดงในแผนภาพประกอบที่ 3

แผนภาพประกอบที่ 3 กระบวนการบริหารคุณภาพ ISO9000:2000



ที่มา : International standard ISO 9000:2000(E) “Quality management systems Fundamentals and Vocabulary”

จากการศึกษาเกี่ยวกับการบริการและเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า พอจะสรุปได้ว่า การบริการประกอบด้วยผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ โดยผู้ให้บริการจะอำนวยความสะดวกในการบริการ และมีบริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ มีความเสมอภาค ในการให้บริการ มีบริการที่พอเพียง และตรงต่อเวลาตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ดังนั้นการปรับปรุงการบริการหน่วยงานบริการสามารถทำได้ 2 ส่วนหลักๆ คือการปรับปรุงในเรื่องกระบวนการให้บริการให้มีความรวดเร็วทันใจ ตรงตามความต้องการ และ ปรับปรุงในส่วนของผู้ให้บริการ เนื่องจากเป็นจุดที่มีการปฏิสัมพันธ์ กับผู้รับบริการซึ่งจะเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถสร้างความพอใจและไม่พอใจในการรับบริการ ทั้งนี้ในการปรับปรุงทั้ง 2 ส่วนต้องคำนึงถึงความคาดหวังของผู้ใช้บริการ หรือคุณภาพที่ต้องมีในการบริการ(Must be Quality) และความดึงดูดใจของการบริการ หรือคุณภาพที่ดึงดูดใจ (Attractive Quality) ซึ่งกลไกหลักที่จะทำให้เกิดคุณภาพของความต้องการและการสนองตอบ ที่จะทำให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ทั้งฝ่ายผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ คือการติดต่อสื่อสาร การให้ข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) ในอันที่จะเป็นสื่อของการบริการเช่น การแต่งกาย เครื่องมือที่ใช้บริการ ฯลฯ

2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จินตา ทิทักษ์ (2544) ศึกษาเรื่อง “การใช้บริการสื่อโซเชียลในฝ่ายหอสมุดคุณหญิงหลง อรรถโกวิสุนทร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่” พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อความบันเทิง ผู้ใช้บริการพึงพอใจต่อการใช้บริการสื่อโซเชียลทุกด้านโดยภาพรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรื่องที่พึงพอใจมากที่สุดคือต้องกรอเส้นเทปวีดีทัศน์กลับทุกครั้งที่ใช้งานเสร็จ เรื่องที่ผู้ใช้บริการพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ห้ามนำวีดีทัศน์ แผ่นซีดี-รอม มัลติมีเดีย ภาษาไทย ซึ่งไม่ใช่สารคดีทางวิชาการ บทเรียน การอบรม การประชุมสัมมนาต่างๆ มาดูที่ห้องสมุด ปัญหาในการใช้บริการสื่อโซเชียลทุกด้านโดยภาพรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เรื่องที่พบปัญหามากที่สุดคือ ช่องสัญญาณดาวเทียมของประเทศต่างๆ มีน้อย

อุไร วิรุพบุตร และคณะ (2542) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ประกันตนที่มีต่อบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลโสธร” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 2 ข้อคือ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ประกันตนที่มีต่อบริการทางการแพทย์ที่ได้รับจากโรงพยาบาลโสธร และเพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขของผู้ประกันตนต่อการขอรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลโสธร คณะวิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล 342 ตัวอย่าง โดยแยกพิจารณาผลความพึงพอใจเป็น 6 ด้าน คือ

- 1 ด้านความสะดวกที่ได้รับจากสถานพยาบาล
- 2 ความหลากหลายของบริการ
- 3 อธิยาศัยความสนใจของเจ้าหน้าที่
- 4 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับความเจ็บป่วยจากเจ้าหน้าที่
- 5 การยอมรับคุณภาพของบริการ และ
- 6 ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการประกันตน

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ประกันตน โดยเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ประกันตนทั้ง 6 ด้านอยู่ในระดับปานกลางมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.27

รัตนา เวทย์ประสิทธิ์และ ชุติมา พิศาลย์ (2543) ศึกษาเรื่อง “การใช้บริการอินเทอร์เน็ตของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์” ได้ศึกษาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ในมหาวิทยาลัยในแง่ต่างๆ ศึกษาปัญหาอุปสรรคและความพอใจของการใช้บริการอินเทอร์เน็ต และหาแนวทางในการแก้ปัญหาหรือปรับปรุงการให้บริการอินเทอร์เน็ตของมหาวิทยาลัยให้มีประสิทธิภาพและทั่วถึง จากการศึกษาพบว่า ร้อยละ 12 ของบุคลากรที่ตอบแบบสอบถามไม่ได้ใช้บริการใดๆบนอินเทอร์เน็ตเนื่องจากไม่ทราบวิธีใช้และเครื่องคอมพิวเตอร์ไม่เพียงพอ การใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ทั้งบุคลากรและนักศึกษาใช้เพื่อติดต่อสื่อสารโดยใช้ อีเมลล์มากที่สุด และเพื่อค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ นอกจากนั้นยังพบว่า มีความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่าที่ได้ใช้อยู่ในปัจจุบันมาก โดยเฉพาะกลุ่มของนักศึกษา โดยทั้งสองกลุ่มมีโอกาสใช้เพียง

สัปดาห์ละไม่เกิน 5 ชั่วโมง โดยมีนักศึกษาจำนวนน้อยมากใช้อินเตอร์เน็ตในตอนเช้า และมีการใช้เพื่อความบันเทิงสูงรองจากการค้นคว้าประกอบการเรียน มีบุคลากรและนักศึกษาบางส่วนใช้บริการจากภายนอก เช่น การใช้ อีเมลล์ฟรีของบางเว็บไซต์ และการใช้อินเตอร์เน็ตใช้ในที่พักเป็นต้น ทั้งบุคลากรและนักศึกษามีข้อเสนอแนะให้เพิ่มความเร็วของอินเตอร์เน็ต เพิ่มจำนวนและประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ รวมทั้งลดข้อขัดข้องของเครื่องแม่ข่ายที่ให้บริการอินเตอร์เน็ต ทั้งบุคลากรและนักศึกษาระดับถึงคุณประโยชน์ ซึ่งส่วนใหญ่เห็นว่าควรมีกลไกในการกลั่นกรองการใช้ที่ผิดวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ความเร็วของอินเตอร์เน็ตที่ดีขึ้น มหาวิทยาลัยจึงควรหามาตรการในการสนับสนุนทั้งด้านทรัพยากรและการจัดการเพื่อให้การบริการที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

จริย วรรณหาเวช (2543) ได้ทำการประเมินผลความพึงพอใจ : การใช้ระบบสารสนเทศของมหาวิทยาลัย (MIS) โดยทำการประเมินผู้ใช้ระบบสารสนเทศของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ 4 ระบบคือ ระบบงานบุคลากร ระบบงานครุภัณฑ์ ระบบงานงบประมาณ และระบบงานเงินเดือน โดยเก็บตัวอย่างจากผู้ใช้งาน 105 คน ร้อยละ 78 เป็นผู้ใช้งานระบบระดับปฏิบัติการ ผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ เรื่องการใช้งานระบบซอฟต์แวร์ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดคือ เรื่องการเตรียมความพร้อมให้ผู้ใช้ ความพึงพอใจในการนำระบบสารสนเทศไปใช้ระหว่างผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ ไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ความพึงพอใจในการนำระบบสารสนเทศไปใช้ระหว่างกลุ่มที่มีประสบการณ์การใช้ MIS ระบบเก่า กับกลุ่มผู้ไม่มีประสบการณ์การใช้ MIS ระบบเก่า ไม่แตกต่างกันที่ระดับทางสถิติ 0.05 แต่แตกต่างกันที่ระดับ 0.10 ในเรื่องการเตรียมความพร้อมให้ผู้ใช้ โดยกลุ่มผู้ที่มีประสบการณ์การใช้ MIS ระบบเก่ามีความพึงพอใจ ในเรื่องการเตรียมความพร้อมให้ผู้ใช้สูงกว่ากลุ่มผู้ไม่มีประสบการณ์การใช้งาน ความพึงพอใจในการนำระบบสารสนเทศไปใช้ระหว่างกลุ่มผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานไม่ถึง 10 ปี กับกลุ่มผู้ที่มีประสบการณ์การทำงาน 10 ปีขึ้นไปมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในเรื่องการเตรียมความพร้อมให้ผู้ใช้บริการ โดยผู้ที่มีประสบการณ์การทำงาน 10 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในเรื่องการเตรียมความพร้อมให้ผู้ใช้สูงกว่ากลุ่มผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานไม่ถึง 10 ปี

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่จะศึกษาถึงความเพียงพอของการให้บริการ ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในระดับต่ำมักขึ้นอยู่กับการไม่ได้เข้าใช้ หรือการไม่ได้รับบริการที่พอเพียง สาเหตุของการไม่ได้เข้าใช้บริการ จะเกิดจากความไม่พอเพียงของอุปกรณ์ที่ให้บริการ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ การส่งผ่านข้อมูลที่มีความเร็วต่ำ ไม่เพียงพอกับความต้องการ ช่องสัญญาณดาวเทียม มีไม่เพียงพอ เป็นต้น นอกจากนั้นเรื่องของบริการระบบสารสนเทศสิ่งที่กระทบความพึงพอใจ คือเรื่องของการเตรียมความพร้อมให้กับผู้ใช้บริการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ อาจจะสามารถบรรเทาได้หากมีระบบการสื่อสารไปยังผู้ใช้บริการที่เหมาะสม อาจจะต้องถึงข้อจำกัดของงบประมาณ ระเบียบข้อจำกัดที่หน่วยงานที่ให้บริการต้องรักษาไว้ ทั้งนี้ ในการศึกษาส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญต่อประเด็นของความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการเป็นหลัก ซึ่งในการศึกษา

ครั้งนี้ผู้ศึกษาได้นำประเด็นของความเพียงพอ ของการให้บริการ ความสะดวกรวดเร็ว รวมทั้งการสื่อสารกับลูกค้ามาศึกษาด้วย

3 ศูนย์คอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ศูนย์คอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เป็นส่วนราชการที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกา (ประกาศในพระราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษ หน้า 1 เล่ม 101 ตอนที่ 55 ลงวันที่ 27 เมษายน 2527) เพื่อเป็นแหล่งกลางในการให้บริการด้านคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ประมวลผลการเรียน การสอน การวิเคราะห์ การวิจัย และการบริหารงานภายในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และสถาบันการศึกษาในจังหวัดใกล้เคียง โดยมีหน้าที่ความรับผิดชอบในการให้บริการด้านการเรียนการสอนแก่นักศึกษา ให้บริการคอมพิวเตอร์ด้านงานวิจัยแก่คณาจารย์และบุคลากรทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ให้บริการจัดฝึกอบรมคอมพิวเตอร์แก่บุคลากรภายในมหาวิทยาลัยและภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชน และให้บริการคอมพิวเตอร์ด้านงานบริหารและธุรการของมหาวิทยาลัย

ในเดือนตุลาคม 2522 มหาวิทยาลัยได้มีคำสั่งจัดตั้งศูนย์คอมพิวเตอร์ขึ้น โดยสังกัดคณะวิทยาศาสตร์ แต่เมื่อมีการประเมินผลการปฏิบัติงาน พบว่าการบริหารงานขาดความคล่องตัว และมีอุปสรรคหลายประการ เนื่องจากงานบริการคอมพิวเตอร์เป็นงานใหม่ และต้องให้บริการแก่ทุกหน่วยงาน มหาวิทยาลัยจึงมีแนวคิดที่จะปรับสถานภาพศูนย์คอมพิวเตอร์เป็นหน่วยงานอิสระไม่สังกัดคณะใด ดังนั้นคณะกรรมการนโยบายและดำเนินการเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัยได้เสนอขอความเห็นชอบจากสภามหาวิทยาลัย ในการปรับสถานภาพจากศูนย์คอมพิวเตอร์ สังกัดคณะวิทยาศาสตร์ เป็นโครงการจัดตั้งศูนย์คอมพิวเตอร์ สังกัดสำนักงานอธิการบดี และสภามหาวิทยาลัยได้ให้ความเห็นชอบอนุมัติตามที่เสนอเมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2523

วันที่ 27 เมษายน 2527 ได้มีการประกาศพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งศูนย์คอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์เป็นหน่วยงานที่ถูกต้องตามกฎหมาย โดยมีสถานภาพเทียบเท่าคณะ และต่อมาในปี พ.ศ. 2529 จึงได้จัดตั้งหน่วยคอมพิวเตอร์ขึ้นที่วิทยาเขตปัตตานี เพื่อให้บริการการใช้คอมพิวเตอร์แก่บุคลากรและหน่วยงานในวิทยาเขตปัตตานี

3.1 หน้าที่และความรับผิดชอบของศูนย์คอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ศูนย์คอมพิวเตอร์ มีสถานภาพเทียบเท่าคณะวิชา โดยมีหน้าที่ให้บริการ และสนับสนุนทางด้านบริการเทคโนโลยีสารสนเทศแก่คณะ/หน่วยงานต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัย และภายนอกมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชน ดังนี้

1. ให้บริการคอมพิวเตอร์ด้านการเรียน การสอน แก่นักศึกษาทุกคณะวิชา
2. ให้บริการคอมพิวเตอร์ด้านงานวิจัยแก่คณาจารย์ บุคลากรภายในและสถาบันการศึกษาในภาคใต้

3. ให้บริการจัดฝึกอบรม/สัมมนาคอมพิวเตอร์ แก่บุคลากรภายในมหาวิทยาลัยและภายนอก ทั้งภาครัฐและเอกชน
4. ให้บริการคอมพิวเตอร์ด้านงานบริหารและธุรการของมหาวิทยาลัย เช่นระบบคลัง ข้อมูล (MIS) ระบบเครือข่าย (LAN) เป็นต้น
5. สนับสนุนงานด้านคอมพิวเตอร์ให้แก่วิทยาเขต/โครงการขยายการศึกษาของมหาวิทยาลัย ได้แก่ วิทยาเขตปัตตานี ภูเก็ต ตรัง และสุราษฎร์ธานี

3.2 วัตถุประสงค์หลัก

- 1 ให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่องานวิชาการอันได้แก่ งานการเรียนการสอนและการวิจัย แก่อาจารย์ ข้าราชการ และนักศึกษาของ มอ.
- 2 ให้บริการระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานแก่ มอ.
- 3 เป็นผู้นำในการวางแผน ปฏิบัติ และชี้แนะ แก่ฝ่ายบริหารมหาวิทยาลัยและหน่วยงานต่าง ๆ ใน มอ. ในการพัฒนาและนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้
- 4 ให้บริการคอมพิวเตอร์และเครือข่าย ให้คำปรึกษา และให้บริการฝึกอบรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแก่ มอ. และสาธารณชนทั่วไปทั้งภาครัฐและเอกชน
- 5 เป็นศูนย์การเรียนรู้แก่นักศึกษาเพื่อเป็นบัณฑิตที่มีความรอบรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์
- 6 กระตุ้นให้มีการใช้งานทรัพยากรและบริการทางด้านคอมพิวเตอร์ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งการสนับสนุนให้มีการพัฒนาเทคโนโลยีขึ้นเอง

3.3 บริการที่ศูนย์คอมพิวเตอร์ให้บริการแบ่งเป็น 5 งานหลัก คือ

- 1 งานบริการห้องปฏิบัติการ ซึ่งบริการนักศึกษา และอาจารย์ที่จะมาใช้บริการในการจัดการเรียนการสอน
- 2 งานบริการจัดฝึกอบรมด้านคอมพิวเตอร์ ซึ่งจัดอบรมให้แก่ นักศึกษา บุคลากร และบุคคลทั่วไป
- 3 งานบริการ Mail server และดูแล application server รวมถึงการดูแลระบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต และการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่าน โมเด็ม ซึ่งให้บริการทั้งนักศึกษา และบุคลากร
- 4 งานบริการพัฒนาระบบคำสั่ง ให้กับหน่วยงานหลักๆของมหาวิทยาลัย เช่น ห้องสมุด งานทะเบียน ระบบ MIS ของมหาวิทยาลัย
- 5 งานบริการระบบโทรศัพท์ ของมหาวิทยาลัย ซึ่งให้บริการคณะ/หน่วยงาน รวมทั้งบุคลากร ของมหาวิทยาลัย

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา เนื่องจากการบริการของศูนย์ฯ มีหลากหลายดังนั้นผู้ศึกษาจึงจัดกลุ่มบริการที่มีลักษณะคล้ายกัน โดยพิจารณาตามกลุ่มผู้ใช้บริการเป็นหลัก สามารถแบ่งเป็น 5 กลุ่มดังนี้

1. งานบริการห้องปฏิบัติการ บริการเสริมอื่นๆที่เปิดให้กับนักศึกษา กลุ่มผู้ใช้บริการคือนักศึกษาภายในมหาวิทยาลัยทั้งหมด
2. งานบริการจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ กลุ่มผู้ใช้บริการคือนักศึกษา และบุคลากรทั้งมหาวิทยาลัย
3. งานบริการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย ตรวจสอบวิเคราะห์ข้อสอบ บริการ Mail server บริการขนส่งข้อมูลทางระบบเครือข่าย ผู้ใช้บริการคือบุคลากรและนักศึกษาผู้ใช้บริการรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และงานบริการระบบเครือข่าย กลุ่มผู้ใช้บริการที่จะทำการศึกษาคือผู้ใช้บริการระบบอินเทอร์เน็ต อินทราเน็ต จากคณะ/หน่วยงานต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัย
4. งานพัฒนาระบบงาน (Software) กลุ่มผู้ใช้บริการคือผู้ใช้ Software ที่ศูนย์ฯพัฒนาให้ใช้งาน ทั้งระบบ MIS ระบบห้องสมุด และระบบการลงทะเบียน
5. งานระบบโทรศัพท์ ผู้ใช้บริการคือบุคลากรและนักศึกษาภายในมหาวิทยาลัยทั้งหมด

การศึกษาครั้งนี้จะไม่รวมถึงงานระบบโทรศัพท์ เนื่องจากอยู่ในระหว่างการดำเนินการติดตั้ง โทรศัพท์ระยะที่ 3 และเป็นงานที่เพิ่งได้รับโอนจากกองอาคารสถานที่เมื่อ ปีงบประมาณ 2544

ทฤษฎีที่ศึกษาข้างต้นพอจะสรุปได้ว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้าน จากบทความเรื่อง Six Sigma คุณภาพ การส่งมอบ และราคา เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ทั้งนี้ในเรื่องของคุณภาพผู้ให้บริการต้องคำนึงถึง คุณภาพที่ต้องมี (Must be Quality) และคุณภาพที่ดึงดูดใจ (Attractive Quality) ในที่นี้ ผู้วิจัยได้สรุปกรอบโดยอาศัยแนวคิดทั้งเรื่องการบริการ คุณภาพ และความพึงพอใจของลูกค้า โดยพอจะสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขึ้นกับ 2 ส่วนหลักคือส่วนของผู้ที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรงซึ่งต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า การสื่อสารบุคลิกภาพ และคุณสมบัติหรือลักษณะของบริการที่ส่งไปให้ลูกค้า รวมทั้งระบบการจัดการที่จะดูแลให้บริการ และการประสานงานกับลูกค้านั้นเป็นไปอย่างเหมาะสมตามความต้องการของลูกค้าภาพรวมของการศึกษาในครั้งนี้ จะทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสามารถในการให้บริการและลักษณะการให้บริการตามรายละเอียดข้างล่าง ว่ามีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างไรตามแผนภาพที่4

แผนภาพประกอบที่ 4 กรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

