

## การวัดผลและประเมินผลบริการ

การวัดผลและประเมินผลบริการเป็นกระบวนการที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจทุกประเภท เพราะช่วยให้องค์กรทราบถึงประสิทธิภาพของการบริการที่มอบให้กับลูกค้า และนำข้อมูลที่ได้ใช้เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น

### ความหมายของการวัดผลและประเมินผลบริการ

**การวัดผล (Measurement)** หมายถึง การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณหรือเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับการบริการ เพื่อให้ทราบถึงผลลัพธ์ของการดำเนินงาน

**การประเมินผล (Evaluation)** หมายถึง การวิเคราะห์และตีความข้อมูลที่ได้จากการวัดผล เพื่อประเมินว่าการบริการนั้นมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด และบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่

### ความสำคัญของการวัดผลและประเมินผลบริการ

- ปรับปรุงคุณภาพการบริการ** ช่วยให้องค์กรทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของการบริการ และนำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น
- สร้างความพึงพอใจของลูกค้า** การวัดผลและประเมินผลช่วยให้องค์กรทราบถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า และสามารถปรับปรุงการบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น
- เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน** ช่วยให้องค์กรทราบถึงกระบวนการทำงานที่ไม่เหมาะสม และปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน** องค์กรที่มีการวัดผลและประเมินผลบริการอย่างสม่ำเสมอ จะสามารถพัฒนาการบริการให้เหนือกว่าคู่แข่งได้
- ตัดสินใจเชิงกลยุทธ์** ข้อมูลจากการวัดผลและประเมินผลช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างแม่นยำ

การวัดผลและประเมินผลบริการเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการพัฒนาและปรับปรุงการบริการขององค์กร ช่วยให้องค์กรสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดได้

## ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการบริการ (Key Performance Indicators – KPIs)

- **ความหมาย**  
ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการบริการคือตัวเลขหรือข้อมูลที่ใช้ในการวัดผลการดำเนินงานของฝ่ายบริการลูกค้า เพื่อให้ทราบว่าบริการนั้นมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด
- **ตัวอย่างตัวชี้วัด**
  - **คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า** (Customer Satisfaction Score – CSAT) วัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการที่ได้รับ
  - **คะแนนผู้สนับสนุนสุทธิ** (Net Promoter Score – NPS) วัดความภักดีของลูกค้าและโอกาสที่ลูกค้าจะแนะนำบริการให้กับผู้อื่น
  - **เวลาตอบสนองครั้งแรก** (First Response Time – FRT) วัดระยะเวลาที่ใช้ในการตอบสนองต่อลูกค้าครั้งแรก
  - **อัตราการแก้ไขปัญหาในการติดต่อครั้งแรก** (First Contact Resolution Rate – FCRR) วัดความสามารถในการแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้ในการติดต่อครั้งแรก
  - **อัตราการรักษาลูกค้า** (Customer Retention Rate) วัดจำนวนลูกค้าที่ยังคงใช้บริการในระยะเวลาที่กำหนด
  - **มูลค่าตลอดอายุการใช้งานของลูกค้า** (Customer Lifetime Value – CLTV) วัดมูลค่ารวมของลูกค้าต่อธุรกิจตลอดระยะเวลาที่ลูกค้าใช้บริการ

## การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า

- **ความหมาย**  
การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าคือการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นและความรู้สึกของลูกค้าต่อบริการที่ได้รับ
- **วิธีการสำรวจ**
  - แบบสอบถามออนไลน์
  - แบบสอบถามทางโทรศัพท์
  - แบบสอบถามแบบพบหน้า
  - การสัมภาษณ์
  - การวิเคราะห์ความคิดเห็นจากโซเชียลมีเดีย

## การวิเคราะห์ผลสำรวจ

### ▪ ความหมาย

การวิเคราะห์ผลสำรวจคือการนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปและแนวทางในการปรับปรุงบริการ

### ▪ ขั้นตอนการวิเคราะห์

- รวบรวมและจัดระเบียบข้อมูล
- วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (เช่น ค่าเฉลี่ย คะแนน)
- วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (เช่น ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ)
- สรุปผลการวิเคราะห์และระบุจุด (ประเด็น/รายการ) ที่ต้องปรับปรุง

## การปรับปรุงการบริการตามผลการประเมิน

### ▪ ความหมาย

การปรับปรุงการบริการตามผลการประเมินคือการนำผลการวิเคราะห์มาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน บุคลากร และเทคโนโลยี เพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### ▪ ขั้นตอนการปรับปรุง

- กำหนดเป้าหมายและแผนการปรับปรุง
- ดำเนินการปรับปรุงตามแผน
- ติดตามและประเมินผลการปรับปรุง
- ปรับปรุงแผนการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

การวัดผลและประเมินผลบริการอย่างสม่ำเสมอเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาและพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น

## สรุป

การวัดผลและประเมินผลบริการ เป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยให้องค์กรทราบถึงประสิทธิภาพของการบริการที่มอบให้กับลูกค้า และนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น การวัดผลหมายถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณหรือเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ส่วนการประเมินผลหมายถึงการวิเคราะห์และตีความข้อมูลที่ได้จากการวัดผลเพื่อประเมินว่าการบริการนั้นมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่ การวัดผลและประเมินผลบริการมีความสำคัญในการปรับปรุงคุณภาพการบริการ สร้างความพึงพอใจของลูกค้า เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และช่วยในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

จิตบริการและนวัตกรรมบริการ: ผศ. ดร.ปรมัตถ์ปัญญาปรัชญ์ ต๋องประสงค์

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการบริการ (Key Performance Indicators – KPIs) เป็นตัวเลขหรือข้อมูลที่ใช้ในการวัดผลการดำเนินงานของฝ่ายบริการลูกค้า ตัวอย่างตัวชี้วัดได้แก่ คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า (CSAT) คะแนนผู้สนับสนุนสุทธิ (NPS) เวลาตอบสนองครั้งแรก (FRT) อัตราการแก้ไขปัญหาในการติดต่อครั้งแรก (FCRR) อัตราการรักษาลูกค้า และมูลค่าตลอดอายุการใช้งานของลูกค้า (CLTV) การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า คือการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นและความรู้สึกของลูกค้าต่อบริการที่ได้รับ วิธีการสำรวจได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ แบบสอบถามทางโทรศัพท์ แบบสอบถามแบบพบหน้า การสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์ความคิดเห็นจากโซเชียลมีเดีย

การวิเคราะห์ผลสำรวจ คือการนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปและแนวทางในการปรับปรุงบริการ ขั้นตอนการวิเคราะห์ประกอบด้วยการรวบรวมและจัดระเบียบข้อมูล, วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ, สรุปผลการวิเคราะห์และระบุจุดที่ต้องปรับปรุง

การปรับปรุงการบริการตามผลการประเมิน คือการนำผลการวิเคราะห์มาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน บุคลากร และเทคโนโลยี เพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ขั้นตอนการปรับปรุงประกอบด้วยการกำหนดเป้าหมายและแผนการปรับปรุง ดำเนินการปรับปรุงตามแผน ติดตามและประเมินผลการปรับปรุง และปรับปรุงแผนการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

## คำถามทบทวน

1. จงอธิบายความหมายของการวัดผลและการประเมินผลบริการ
2. จงอธิบายความสำคัญของการวัดผลและประเมินผลบริการในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า
3. จงวิเคราะห์ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการบริการที่สำคัญและวิธีการวัดผล
4. จงสังเคราะห์ขั้นตอนการวิเคราะห์ผลสำรวจและการปรับปรุงการบริการตามผลการประเมิน
5. จงสรุปประโยชน์ของการวัดผลและประเมินผลบริการในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์