

บทที่ 8

เจตคติและความพึงพอใจ
ในการบริการ



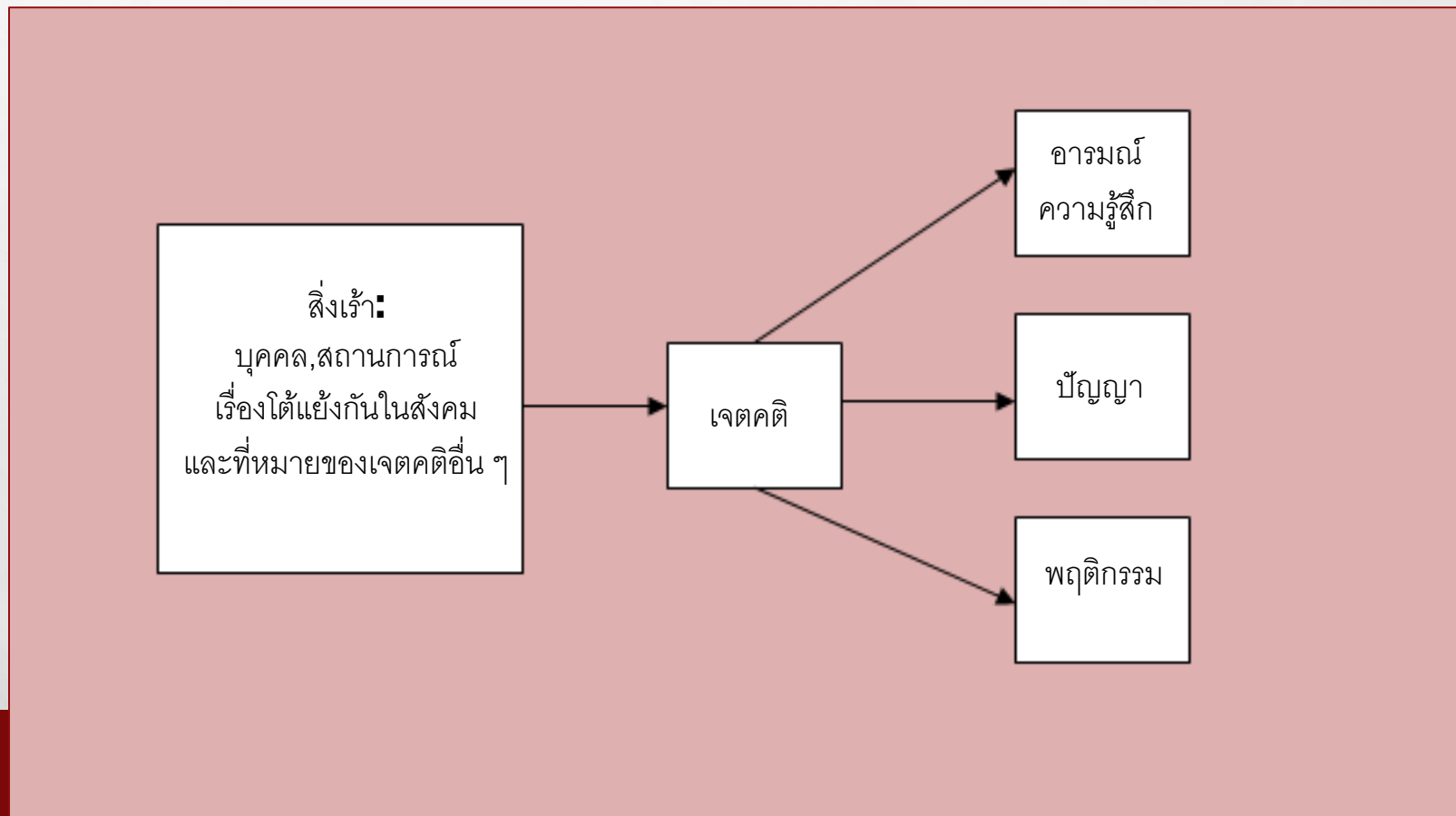
เจตคติ

เจตคติ (**ATTITUDE**) เป็นความเชื่อและความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ โดยมีทิศทางที่แน่นอนและมีแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมที่สอดคล้องกัน โดยเจตคติสามารถแผ่ขยายไปยังผู้อื่น ได้ผ่านการเรียนรู้และประสบการณ์ร่วมกัน

องค์ประกอบของเจตคติ

- ความรู้และความเชื่อ (**COGNITIVE COMPONENT**) เป็นไปตามการรับรู้ และการเรียนรู้ที่ผ่านมา เกิดเป็นประสบการณ์ทั้งทางตรงที่เจอด้วยตนเอง
- ความรู้สึก (**AFFECTIVE COMPONENT**) เป็นความรู้สึกชอบ หรือไม่ชอบที่เกิดจากการเปรียบเทียบกับประสบการณ์ที่มี และการคิดอย่างเป็นระบบถึงผลที่จะได้รับเมื่อกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ
- แนวโน้มพฤติกรรม (**BEHAVIOR COMPONENT**) เป็นการนำเอาความรู้ ความเชื่อ ความรู้สึกมาประสานสอดคล้องกันแล้วพิจารณาเป็นแนวโน้มที่จะกระทำสิ่งต่าง ๆ ที่ตรงกับความรู้ ความเชื่อนั้น

เจตคติ แบบสามองค์ประกอบของ โรเซ็นเบิร์กและฮอฟ แลนด์



เจตคติแบบสององค์ประกอบ

นิยามที่เป็นตัวแทนของกลุ่มนี้ได้ดีที่สุด คือ นิยามของ โรเซ็นเบิร์ก (1960/1699) โดยระบุว่าเจตคติมีสององค์ประกอบ คือองค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้สึก และองค์ประกอบทางปัญญา โดยองค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึก หมายถึง ความรู้สึกที่บุคคลมีเมื่อถูกกระตุ้น โดยที่หมายของเจตคติ ส่วนองค์ประกอบด้านปัญญา หมายถึง กลุ่มของความเชื่อที่บุคคลมีว่าที่หมายของเจตคติจะเป็นตัวส่งเสริมหรือขัดขวางการบรรลุถึงค่านิยมต่าง ๆ ของเขา

เจตคติแบบหนึ่งองค์ประกอบ

ความเข้มของอารมณ์ทางความรู้สึกทางบวกหรือทางลบในทางสนับสนุนหรือต่อต้านที่หมายทางจิต ทั้งนี้ คำว่าอารมณ์ความรู้สึก (**AFFECT**) ส่วนที่เป็นทางบวกได้แก่ความชอบพอการปกป้องหรือการทำความดีกับที่หมายทางจิต ส่วนอารมณ์ความรู้สึกที่เป็นทางลบได้แก่ การเกลียด ไม่ชอบ ทำลาย หรือมีปฏิกิริยาต่อต้านที่หมายทางจิต ส่วนคำว่าที่หมายทางจิต (**PSYCHOLOGICAL OBJECT**) อาจหมายถึงวัตถุความคิด แผนการกระทำ รูปแบบความประพฤติ อุดมการณ์หลักจริยธรรมคำขวัญ หรือสัญลักษณ์ที่บุคคลอาจแสดงอารมณ์ความรู้สึกทางบวกหรือทางลบได้

คุณสมบัติของเจตคติ

- ทิศทาง (**DIRECTION**) หมายถึง การประเมินค่าความรู้ ความรู้สึก และความพร้อมที่จะกระทำว่ามีคุณประโยชน์ มีโทษ ดี เลว กล่าวคือ เป็นการวัดเจตคติของบุคคลว่าบุคคลนั้นมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้น ๆ ว่าดีหรือเลว ในกรณีที่วัดองค์ประกอบทางด้านความรู้ นอกจากนี้ยังวัดว่าบุคคลนั้นมีความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ พอใจ ไม่พอใจ และพร้อมกระทำหรือตอบสนองต่อสิ่งนั้น ๆ
- ปริมาณหรือความเข้มข้น (**MAGNITUDE**) หมายถึงความเข้มข้น หรือ ปริมาณความรุนแรงของเจตคติในทางบวก คือ ชอบ พอใจ และ ทิศทางลบ คือ ไม่ชอบ ไม่พอใจ ว่ามีความรุนแรงมากน้อยเพียงใด

ประเภทของเจตคติ

- เจตคติทางบวก (**POSITIVE ATTITUDE**) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่พร้อมเข้าหา เมื่อเกิดความรู้สึกชอบหรือพอใจสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เช่น การคบเพื่อน ถ้าเราพอใจหรือชอบเพื่อนคนใดก็จะคบหาและสนิทสนมกับเพื่อนคนนั้น เป็น ความรู้สึกชอบ ฟังพอใจ ส่งเสริม สนับสนุน และช่วยเหลือ
- เจตคติทางลบ (**NEGATIVE ATTITUDE**) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่พร้อมที่จะถอยหนีหรือท้อถอยหนี เมื่อเกิดความรู้สึกไม่ชอบหรือไม่พอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เช่น นักเรียนไม่ชอบครูหรืออาจารย์ผู้สอน เพราะครูหรืออาจารย์ผู้สอนดุ นักเรียนผู้นั้นก็จะพยายามหลบหน้าหรือไม่เข้าไปหาครูหรืออาจารย์ท่านนั้น

หน้าที่ของเจตคติ (**FUNCTION OF ATTITUDE**)

- เจตคติมีหน้าที่ช่วยให้บุคคลเข้าใจโลกหรือสิ่งแวดล้อมรอบตัวเรา (**KNOWING FUNCTION**)
- เจตคติมีหน้าที่ช่วยป้องกันตนเอง (**SELF DEFENSIVE FUNCTION**) หรือช่วยให้มี **SELF-ESTEEM** ทำให้บุคคลไม่ดูถูกตนเอง
- เจตคติมีหน้าที่ช่วยในการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมที่ซับซ้อนหรือสังคม (**INSTRUMENTAL OR SOCIAL ADJUST FUNCTION**) โดยเป็นเครื่องมือทำให้บุคคลได้รับประโยชน์ต่าง ๆ
- เจตคติมีหน้าที่ช่วยให้บุคคลสามารถแสดงออกถึงค่านิยมของตนเอง (**SELF EXPRESSIVE FUNCTION**)

ประโยชน์ของเจตคติ

- ช่วยให้เราพร้อมในการกระทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อความสำเร็จในกิจกรรมนั้น ๆ
- ช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพ ทั้งนี้เพราะเจตคติเป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพ
- ทำให้เราทราบหรือรู้ผลล่วงหน้าว่าสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตจะมีผลเป็นอย่างไรถ้าบุคคลนั้น ๆ มีเจตคติอย่างนั้น อะไรจะเกิดขึ้น
- ช่วยให้เราหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่พึงปรารถนา และสามารถหาสิ่งอื่น หรือสิ่งที่พึงพอใจมาทดแทนได้

การเสริมสร้างเจตคติในการบริการ

- กระบวนการเรียนรู้เงื่อนไขแบบคลาสสิก (**CLASSIC CONDITIONING**) เป็นการเชื่อมโยงสิ่งกระตุ้นที่ไม่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกัน เป็นเจตคติต่อภาพลักษณ์
- กระบวนการเรียนรู้เงื่อนไขแบบผลกรรม (**OPERANT CONDITIONING**) เป็นการเรียนรู้ ถึงผลของการกระทำ และเมื่อได้เรียนรู้ซ้ำก็จะเป็นเจตคติต่อเรื่องนั้น ๆ เช่นการมาทำงานตรงเวลา
- กระบวนการเรียนรู้จากการสังเกตและเลียนแบบ (**OBSERVATIONAL AND MODELING**) เป็นการสังเกตจากผู้อื่นและมีการเลียนแบบเกิดขึ้น เมื่อได้ผลนั้นจริงก็จะเกิดเจตคติเช่นนั้นต่อไป
- กระบวนการเรียนรู้จากปัญญา (**COGNITIVE CONSISTENCY**) เป็นการเกิดเจตคติผ่านการเรียนรู้วิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ ด้วยปัญญา เชื่อมโยงข้อมูลให้มีความสอดคล้องกัน

- แบบจำลองเจตคติของบุคคลต่อวัตถุ
(ATTITUDE TOWARD OBJECT MODEL) เป็น
 แบบจำลองที่ใช้ในการประเมินเจตคติของบุคคลต่อวัตถุ
 สินค้า ตราสินค้าหรือผลิตภัณฑ์บริการ

คุณลักษณะ	เจตคติในทางบวก	เจตคติในทางลบ
ราคา	เหมาะสมกับคุณภาพ	แพงเกินไป
การใช้งาน	สะดวกต่อการใช้งาน	ซับซ้อนเกินไป
ผู้ใช้งาน	ผู้ปฏิบัติงานทั่วไป	ผู้บริหารระดับสูง
การลงทุน	คุ้มค่าต่อการลงทุน	ลงทุนสูงมาก

แบบจำลองเจตคติของบุคคลต่อลักษณะพฤติกรรม (ATTITUDE TOWARD BEHAVIOR MODEL)

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติกับพฤติกรรมที่แสดง

ออกมา

คุณลักษณะของ พฤติกรรมบริการ	เจตคติในทางบวก	เจตคติในทางลบ
การตอบคำถาม	ตรงประเด็น มีความรู้	สับสน ขาดข้อมูล
การพูดจาโต้ตอบ	ชัดเจน เข้าใจง่าย	คลุมเครือ เข้าใจยาก
การให้ความช่วยเหลือ	กระตือรือร้น มีน้ำใจ	เฉื่อยชา ไม่สนใจ
การแสดงออกทางอารมณ์	สุภาพ อ่อนโยน เปิดเผย	เคร่งเครียด ไม่เป็นมิตร

ทฤษฎีความขัดแย้งทางปัญญา (**COGNITIVE DISSONANCE THEORY**) ของเฟสติงเกอร์ (**FESTINGER, 1957**) ซึ่งเสนอว่ามนุษย์จะมีเจตคติต่อสิ่งใดนั้นต่อเมื่อมีความขัดกันของข้อมูลของสิ่งนั้น เป็นการเลือกที่จะเชื่อ เช่น โรงแรมแห่งหนึ่งให้บริการได้ดีมาก ต่อมา มีข่าวว่ามักมีของหายในโรงแรมเป็นประจำ ลูกค้าย่อมเกิดความขัดกันของข้อมูล เกิดเป็นการตัดสินใจที่จะเลือกเข้าพักหรือไม่ โดยการที่จะลดการขัดกันของข้อมูลนั้น มนุษย์จะดำเนินการได้หลายแนวทางได้แก่

- แสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนความเชื่อเดิม
- ปฏิเสธที่จะเชื่อในข้อมูลใหม่
- หาเหตุเพื่อลดความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว
- เลิกเชื่อความเชื่อเดิมและเปิดรับความเชื่อใหม่

จากแนวคิดที่ 1-4 แสดงให้เห็นว่ามีแนวโน้มที่เชื่อในความเชื่อเดิม นั่นคือคงเจตคติต่อสิ่งนั้นไว้เช่นเดิม ไม่ยอมรับข้อมูลใหม่เพื่อที่จะเปลี่ยนแปลงเจตคติต่อสิ่งต่าง ๆ

ทฤษฎีความคาดหวัง (**EXPECTATION THEORY**) ของวรูม (**VROON, 1964**) ซึ่งเสนอว่าบุคคลจะมีเจตคติต่อสิ่งใด ขึ้นอยู่กับในอดีตสิ่งนั้นมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนต่าง ๆ อย่างไร และตัวเขามีความปรารถนาต่อผลตอบแทนนั้นอย่างไร โดยพิจารณาแรงผลักดันที่จะเชื่อ หากสิ่งนั้นส่งผลให้เกิดผลตอบแทนที่เขาต้องการสูง เขาก็จะมีความเชื่อต่อสิ่งนั้นและแนวโน้มที่จะกระทำสิ่งนั้นเพื่อให้ได้มาซึ่งผลตอบแทนที่ต้องการ เช่น การให้บริการลูกค้าด้วยความสุภาพทำให้ได้ทิป ซึ่งโดยรวมแล้วมากกว่าค่าจ้างประจำ จะทำให้พนักงานเสิร์ฟอาหารมีเจตคติต่อการบริการอย่างสุภาพ โดยหวังที่จะได้รับทิปเป็นการตอบแทนและหากได้รับสิ่งตอบแทนอื่น ๆ เช่น คำชมเชยจากลูกค้า คำชมจากหัวหน้างาน หรือการได้รับโบนัสเพิ่มเติม ก็จะเป็นการย้ำความเชื่อขึ้นให้มากขึ้น และเกิดเป็นเจตคติที่มั่นคงต่อการให้บริการอย่างสุภาพ

การวัดเจตคติและการสังเกตพฤติกรรมของคน มีแนวทางดังนี้

- การสังเกตพฤติกรรมที่แสดงต่อเป้าหมาย โดยบุคคลที่มีเจตคติต่อสิ่งใดย่อมมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมที่สอดคล้องกับเจตคติของตนเองเช่น ไม่ชอบปลา ก็จะไม่กินปลา ไม่ชอบคนดื่มสุราก็จะไม่เข้าไปใกล้แหล่งบันเทิงต่าง ๆ โดยมีวิธีวัด 3 วิธี ได้แก่
 - **การสร้างสถานการณ์จำลอง** โดยที่บุคคลไม่ทราบว่าเป็นสถานการณ์ที่ถูกสร้างขึ้น และจะมีพฤติกรรมที่เป็นไปตามเจตคติของตนเองออกมา เช่น การปลอมตัวเป็นลูกค้าเข้าไปรับบริการในร้านของตนเอง แล้วแสดงบทบาทว่ามีปัญหาต่าง ๆ ในการรับบริการ
 - **การลองแสดงบทบาทของผู้อื่นต่อเป้าหมาย** เป็นการให้บุคคลสวมบทบาทของบุคคลอื่น แล้วให้แสดงพฤติกรรมต่อเป้าหมาย เช่น ให้หัวหน้างานแสดงบทบาทของลูกน้องในการให้บริการลูกค้า โดยมีระยะเวลาต่อเนื่องครึ่งชั่วโมงบุคคลนั้นจะเผลอตนแสดงพฤติกรรมตามเจตคติออกมาให้คนอื่นได้รับรู้
 - **การเลือกกลุ่ม** เป็นการศึกษาเจตคติของบุคคลผ่านกลุ่ม เนื่องจากบุคคลจะเลือกอยู่ในกลุ่มที่มีเจตคติตรงกันกับตัวเขา โดยที่เจตคติของกลุ่มจะมีลักษณะร่วมกันและสื่อออกมาได้ง่ายกว่า เช่น สมคิดเป็นคนชอบความสนุกสนาน ก็จะรวมกลุ่มกับพรรคพวกที่เป็นคนชอบความ

การวัดจากปฏิกิริยาของบุคคลที่มีต่อเป้าหมาย เป็นการให้บุคคลได้ดูภาพพฤติกรรมของบุคคลที่ 3 ที่แสดงออกต่อเป้าหมาย โดยให้บรรยายสิ่งที่บุคคลที่ 3 กระทำคืออะไร มีความหมายอย่างไร ซึ่งจะเป็นการแทรกความคิดเห็น และเจตคติต่อเป้าหมายออกมาด้วย เช่น ผู้จัดการชี้ให้หัวหน้างานดูการกระทำของลูกน้องคนหนึ่ง แล้วหัวหน้างานอธิบายสิ่งที่ลูกน้องทำ หัวหน้างานก็จะอธิบายพฤติกรรมของลูกน้องตามที่ตนเองคิด ซึ่งจะแสดงถึงเจตคติของหัวหน้างานที่มีต่อลูกน้องคนนั้น

การวัดจากผลงาน บุคคลมีเจตคติต่อเรื่องใด อย่างไรก็ตาม เมื่อได้รับมอบหมายงานก็จะกระทำสิ่งนั้นไปตามเจตคติของตนเอง เช่น สมศักดิ์เป็นคนที่มีความเจตคติที่ดีในการล้างจาน เขาก็จะล้างจานได้สะอาดและมีปริมาณมาก แต่หากสมศักดิ์ ไม่เคยล้างจานมาก่อน ก็อาจทำให้ปริมาณงานไม่มากอย่างที่ควรได้ ดังนั้นงานที่มอบหมายจึงต้องเป็นสิ่งที่เขาเคยทำเท่านั้น

การประยุกต์ใช้เจตคติในการบริการ

- การเปลี่ยนแปลงบทบาทเดิมของเจตคติ
 - **บทบาทในการปรับตัว** มนุษย์ยอมปรับตัวเข้าหาสิ่งที่ต้องการและคิดว่าเป็นประโยชน์ ดังนั้นผู้ที่มีเจตคติไม่ดีต่อการบริการ โดยเห็นว่าเป็นการสิ้นเปลืองนั้นจะต้องมีการโน้มน้าว ให้ทดลองใช้บริการ โดยอาจทำการลดราคา การให้บริการฟรี หรือส่วนลดพิเศษ เพื่อปรับเจตคติให้เห็นว่าการมาใช้บริการเป็นสิ่งที่มีความประโยชน์ คู่แข่งกับค่าบริการ
 - **บทบาทในการปกป้องตนเอง** เจตคติของบุคคลในด้านการปกป้องภาพลักษณ์ของผู้นั้นเป็นสิ่งที่สำคัญ ผู้บริหารองค์การบริการย่อมต้องระวังและพยายามสร้างหรือปรับให้เกิดเจตคตินี้ให้ได้ เช่น การไม่คิดราคาอาหารเมื่อผู้รับบริการพบว่าอาหารที่นำมานั้นมีแมลงตกอยู่ หรือลดราคาห้องพักเมื่อเครื่องปรับอากาศไม่เย็น ขณะเดียวกันองค์การธุรกิจก็ต้องสร้างภาพลักษณ์ของตนเองให้เป็นที่น่าเชื่อถือ หรือแสดงรับในการให้บริการที่สูง
 - **บทบาทในการแสดงค่านิยม** องค์การธุรกิจจะต้องปรับสิ่งแวดล้อมทั้งด้านกายภาพและสุนทรียภาพให้ส่งเสริมค่านิยมต่อการบริการในทางที่เหมาะสม อาจมีการจัดวางต้นไม้ การตกแต่งด้วยวัสดุอุปกรณ์ที่มีค่า มีความสวยงาม หรือแสดงความเป็นธรรมชาติ เพื่อสื่อถึงค่านิยมขององค์การและแสดงถึงรสนิยมของผู้มารับบริการ
 - **บทบาทในการสร้างความรู้** องค์การจะต้องมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ผ่านการประชาสัมพันธ์ การโฆษณาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้รับบริการทราบถึงภาพลักษณ์ การดำเนินการและคุณภาพของการบริการอย่างถูกต้อง เพื่อสร้างให้เกิดการยืนยันเจตคติที่ดีต่อการบริการไว้ และเปิดทางเลือกให้บุคคลได้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารมากยิ่งขึ้น เช่น โรงแรมในเครือเซ็นทรัลส่งจดหมายข่าวถึงลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อสื่อสารถึงการดำเนินการของตนเอง

- การเชื่อมโยงการบริการกับกลุ่มบุคคลหรือเหตุการณ์อ้างอิง ชี้ให้เห็นว่าการบริการนั้นสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคลอ้างอิงหรือเหตุการณ์ในขณะนั้น โดยสร้างให้เกิดภาพซ้อนขององค์การบริการกับกลุ่มอ้างอิง เช่น โรงแรมโอเรียลเต็ล กับการเข้าพักของดาราศาสตร์และบุคคลที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ ร้านอาหารมีการติดภาพดาราศาสตร์บุคคลสำคัญที่มารับประทานอาหารที่ร้าน หรือการติดใบรับรองประเภท แม่ช้อยนางรำ ชวนชิม อาสาพาไป ซากุระอาหารของสื่อต่าง ๆ

การปรับเจตคติที่ขัดแย้งใหม่มาสัมพันธ์ ส่งเสริมการให้บุคคลทำพฤติกรรมที่เขาไม่ชอบเล็กน้อย เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงเจตคติที่ดีและไม่ดีต่อเรื่องนั้น เพื่อประเมินคุณค่าของสิ่งนั้นใหม่ โดยให้บุคคลนั้นลองใช้บริการซึ่งเดิมอาจมีเจตคติที่ไม่ดี แล้วให้พิสูจน์ว่าการให้บริการนั้นดีหรือไม่ เพื่อที่จะได้เป็นข้อมูลใหม่ในการเปรียบเทียบ และเกิดการตัดสินใจเลือกที่จะคงเจตคติเดิมหรือเกิดเจตคติใหม่ได้ เช่น นาย ก ได้รับบัตรเชิญไปรับประทานอาหารที่ร้านแห่งหนึ่ง โดยที่เคยได้ทราบว่าร้านอาหารนี้บริการไม่ดี แต่อาหารอร่อย จึงตัดสินใจลองเข้าไปรับประทานดู กลับพบว่าการบริการที่ร้านดีในระดับที่น่าพอใจ จึงเกิดเป็นการได้รับข้อมูลที่มาหักล้างกับข้อมูลเดิม เกิดเป็นเจตคติที่ดีต่อการมารับบริการที่ร้านอาหารแห่งนี้

- การเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของแบบจำลองคุณลักษณะของสินค้าและการบริการ
 - การเปลี่ยนแปลงการประเมินคุณลักษณะของการบริการ โดยเบี่ยงเบนประเด็นจากคุณลักษณะพื้นฐาน อันได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ การจับต้องได้ ความเอื้ออาทร และความรับผิดชอบมาเป็นประเด็นอื่น เช่น ความรวดเร็ว ราคาถูก ความทันสมัย
 - การเปลี่ยนแปลงความเชื่อเกี่ยวกับการบริการ โดยเฉพาะกับพนักงานบริการเริ่มจากการคัดเลือกพนักงานที่ต้องเลือกบุคคลที่เหมาะสมกับการให้บริการจริง ๆ ที่จะสามารถแสดงพฤติกรรมบริการอย่างมีไม่ตรีจิต มีอัธยาศัยอันดี จากนั้นสร้างให้บุคคลอื่นเกิดการเรียนรู้ที่จะทำพฤติกรรมในการบริการให้เหมือน ๆ กัน และเกิดเป็นเจตคติต่อการให้บริการ เช่น การให้รางวัลแก่ผู้ทำงานดี

ความพึงพอใจในการบริการ

ในการศึกษาความพึงพอใจในการบริการนั้น จะต้องศึกษาทั้งในด้านการรับบริการ ซึ่งเป็นการรับรู้ของผู้มารับบริการ และด้านการให้บริการ ซึ่งเป็นการรับรู้ของผู้ให้บริการเอง ทั้งในด้านปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ระดับความพึงพอใจ ประเภทของความพึงพอใจ และความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการกับผู้ให้บริการ เพื่อที่ผู้บริหารกิจการบริการ จะได้นำข้อมูลมาปรับปรุงการดำเนินงานบริการให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพอันนำไปสู่การเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในสังคมอีกด้วย

ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ

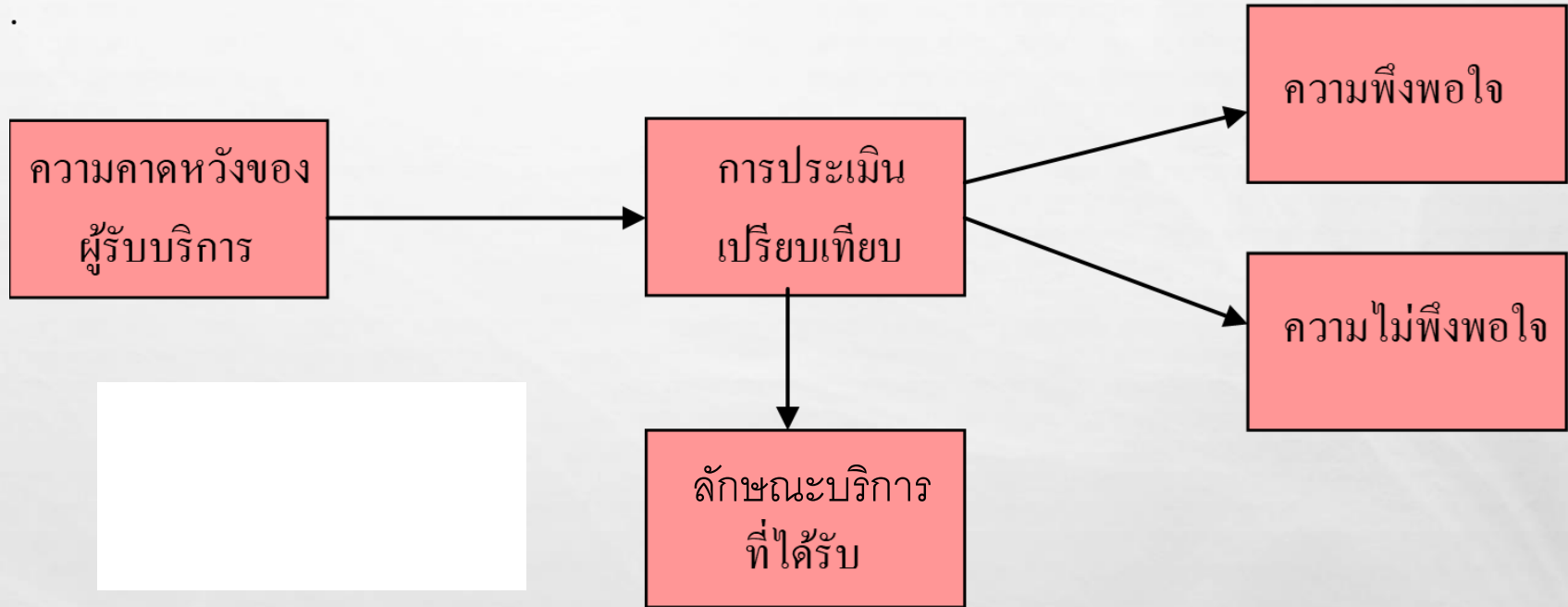
- ความพึงพอใจ (**SATISFACTION**) มีผู้ให้ความหมายไว้หลายท่าน แต่พอที่จะสรุปได้ว่า “ความพึงพอใจเป็นระดับของความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง” โดยมีลักษณะของความพึงพอใจในการบริการ เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในทางบวกของบุคคลที่เกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์อันหนึ่งอันใด ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยที่ยังแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ตามความเกี่ยวเนื่องของบุคคลในการบริการนั้นได้แก่
 - ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (**CUSTOMER SATISFACTION**)
 - ความพึงพอใจของผู้ให้บริการ (**JOB SATISFACTION**)

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ มีการแบ่งความหมาย ออกเป็น 2 นัย คือ

- **การยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก** หมายถึง ความพึงพอใจที่เป็นผลที่เกิดจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายใต้หลักสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง
- **การยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก** หมายถึง ความพึงพอใจที่เป็นผลที่เกิดขึ้นจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลาย ๆ อย่าง ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง

ตัวอย่างเช่น เมื่อนักท่องเที่ยวเลือกที่จะมารับบริการจากธุรกิจนำเที่ยว นักท่องเที่ยวย่อมมีความคาดหวังต่อการบริการที่จะได้รับ เมื่อได้รับบริการแล้วตั้งแต่การติดต่อ จนถึงในขณะนำเที่ยว การให้ข้อมูลข่าวสาร ความเอาใจใส่ โดยนักท่องเที่ยวย่อมทำการเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจากการให้บริการของผู้ให้บริการ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการนั้น จากนั้นจึงประเมินออกมา หากการบริการที่ได้รับมีระดับเท่ากัน หรือมากกว่าความคาดหวังของการบริการนั้น ก็จะเป็น ความพึงพอใจ แต่หากการบริการที่ได้รับ มีระดับต่ำกว่าความคาดหวังต่อการบริการที่มี ก็จะเป็น ความไม่พึงพอใจในการบริการนั้นนั่นเอง ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังภาพ

ดั่งภาพ



แสดงกระบวนการเกิดความพึงพอใจในการบริการ

ความสำคัญของความพึงพอใจต่อการบริการ

- **ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการ** เป็นสิ่งที่ผู้บริการจะต้องคำนึงถึง ในการจัดให้เกิดการบริการแก่ผู้มารับบริการ โดยต้องยึดถือสิ่งต่อไปนี้
 - ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ รูปแบบการบริการที่ดี จะต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการ และความคาดหวังของผู้รับบริการได้ โดยผู้รับบริการ จะต้องทำการสำรวจหรือศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายเสียก่อน จากนั้นจึงสามารถกำหนดรูปแบบการบริการที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดการบริการที่ประทับใจผู้มารับบริการได้
 - ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ เนื่องจากเป็นเกณฑ์ที่ชัดเจนและส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ โดยทั่วไปองค์การธุรกิจบริการจะทำการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการในหลาย ๆ ด้าน ตัวอย่างเช่น อาคารสถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้ ความน่าเชื่อถือของกิจการ ความเต็มใจในการให้บริการ ความรู้และความสามารถในการให้บริการ และบุคลิกลักษณะของการให้บริการ เป็นต้น
 - ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จในการบริการเนื่องจากการบริการจะดีเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการซึ่งการปฏิบัติงานบริการจะมีคุณภาพนั้น ผู้ให้บริการจะต้องมีความพึงพอใจในงานของตน จึงจะทุ่มเทในการทำงาน และเป็นสิ่งนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้รับบริการ และสุดท้ายจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการของกิจการบริการด้วย

● **ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้รับบริการ** เป็นสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการจะได้จากการมารับบริการนั้น โดยผู้รับบริการมุ่งหวังความรวดเร็ว ความสะอาด ความสะดวกสบาย และคุณภาพการบริการที่ดี ดังนั้นความพึงพอใจจึงเป็นตัวผลักดันคุณภาพการบริการของผู้ให้บริการนั่นเอง

- **ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้รับบริการเอง** ผู้รับบริการมุ่งหวังการได้รับบริการที่ดีเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของตนเอง จากกรรับบริการต่าง ๆ เช่น ท่องเที่ยว รับประทานอาหาร พักค้างแรม เป็นต้น
- **ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการ** เนื่องจากผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในการทำงานจะทำงานด้วยความเต็มใจ พุ่มเท สร้างสรรค์และส่งเสริมมาตรฐานในการให้บริการแก่ผู้รับบริการ ส่งผลให้คุณภาพในการบริการสูงขึ้น และงานบริการกลายเป็นงานที่แพร่หลายมากขึ้น มีบุคลากรที่มีทักษะและความสามารถเข้าสู่วงการธุรกิจบริการมากขึ้น ทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจบริการ และสุดท้ายส่งผลต่อลักษณะการบริการ **ทำให้ผู้รับบริการได้รับการบริการที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพสูงยิ่งขึ้นต่อไป**

ลักษณะของความพึงพอใจในการบริการ

- ความพึงพอใจต่อการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในการรับบริการ บุคคลจะรับรู้รูปแบบของการบริการและคุณภาพของการบริการโดยใช้ประสบการณ์ที่ได้รับด้วยตนเอง หรือจากการอ้างอิงใด ๆ ตั้งแต่อดีต จนถึงปัจจุบัน เช่น คำบอกเล่าของกลุ่มเพื่อน โฆษณา เป็นต้น
- ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์หนึ่ง ในการใช้บริการบุคคลย่อมมีข้อมูลจากแหล่งอ้างอิงต่าง ๆ (**REFERENCE**) เช่น ประสบการณ์ส่วนตัว ความรู้จากการเรียนรู้ คำบอกเล่าของกลุ่มเพื่อน ข้อมูลที่ได้จากธุรกิจบริการแบบเดียวกัน เป็นต้น เกิดเป็นความคาดหวังต่อสิ่งที่ควรจะได้รับจากการบริการ (**EXPECTATION**)
- ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เนื่องจากในแต่ละช่วงเวลามุมมองมีความคาดหวังต่อการบริการที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอารมณ์ ความรู้สึก ประสบการณ์ที่ได้มาระหว่างเวลานั้น ทำให้เกณฑ์ประเมินความพึงพอใจมีการเลื่อน ขึ้น-ลง ตลอดเวลา ส่งผลให้การเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับกับสิ่งที่คาดหวังเปลี่ยนแปลงไปตามด้วย

องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

- การรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ อันเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการได้สัญญาว่าจะให้โดยผู้รับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการว่าจะได้รับอย่างน้อยตามที่ผู้ให้บริการได้สัญญาไว้ **ความมากน้อยของคุณภาพของสิ่งที่ได้รับจะเป็นตัวกำหนดถึงระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการนั่นเอง**
- การรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ซึ่งผู้ให้บริการดำเนินการนำเสนอผ่านการแสดงออกต่าง ๆ เป็นกระบวนการบริการ โดยผู้รับบริการจะประเมินว่าผู้ให้บริการดำเนินการบริการอย่างเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้รับบริการตามบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อสารและการปฏิบัติตนในการให้บริการว่าผู้ให้บริการมีความเต็มใจและจริงใจเพียงใดในการบริการ การรับรู้เหล่านี้จะช่วยให้ผู้รับบริการประเมินคุณภาพการบริการได้อย่างมีเหตุและผล ซึ่งนำไปสู่ความพึงพอใจในการรับบริการ