

บทที่ 4 ทักษะคติและความพึงพอใจ ของผู้ให้บริการ



1 ความหมายของทัศนคติในการบริการ

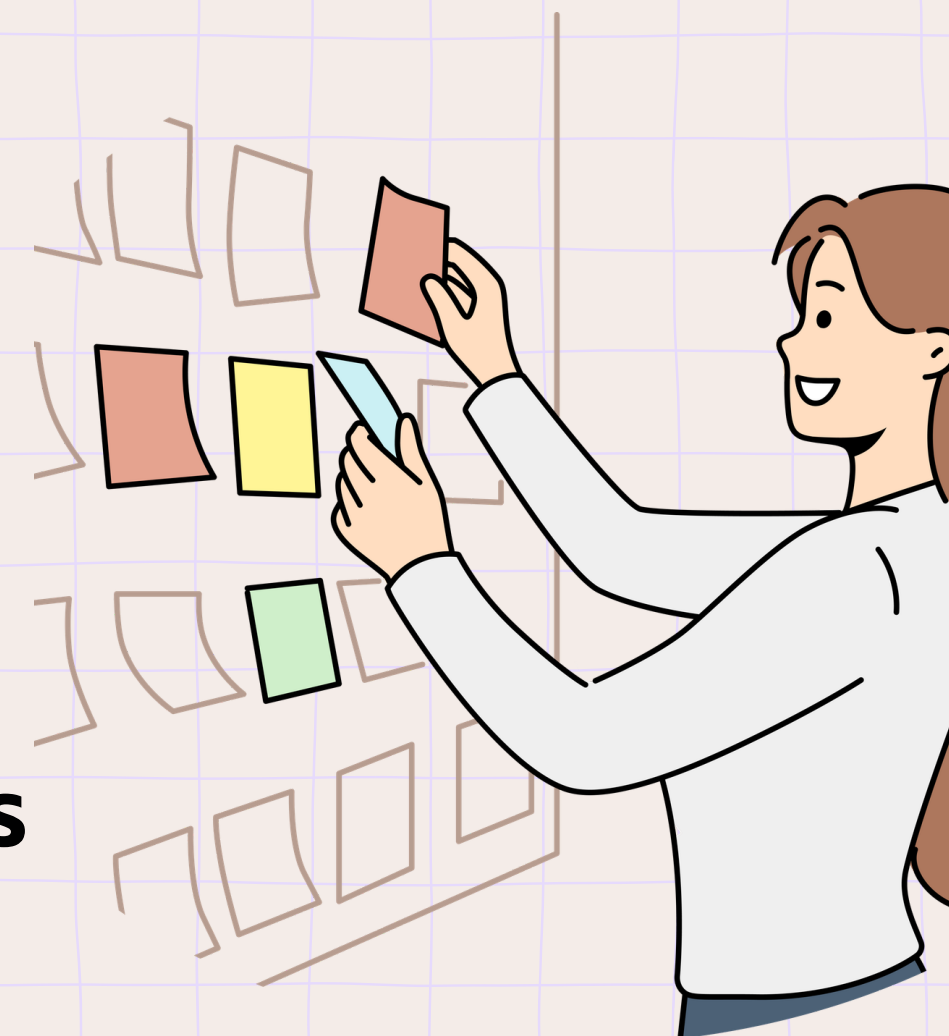
2 ลักษณะและองค์ประกอบของทัศนคติ

3 Service Mind และ Service self

4 ผลของการมีจิตใจให้บริการ

5 ความพึงพอใจของผู้ให้บริการ

6 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าและผู้ให้บริการ



ความหมายและความสำคัญของ ทัศนคติในการบริการ

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ รอบตัว และมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติตนไปในทางใดทางหนึ่งต่อสิ่งนั้น โดยมีปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการแสดงออกของบุคคล โดยได้รับอิทธิพลจาก สภาพแวดล้อม วัฒนธรรม ครอบครัว กลุ่มเพื่อน และสื่อมวลชน

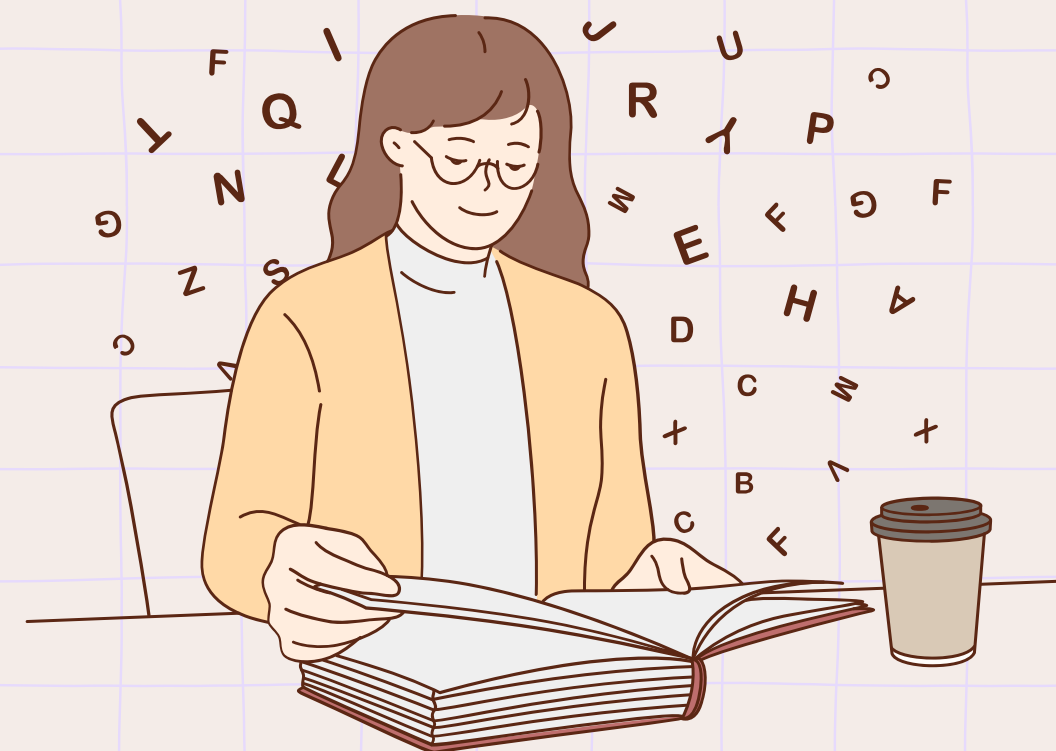
ทัศนคติในการบริการ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลในการประเมินการบริการ อันส่งผลให้บุคคล มีปฏิกิริยาตอบสนองต่อการบริการที่มีความโน้มเอียงในทางใดทางหนึ่ง ด้วยการแสดงออกในทางบวกหรือลบได้



ความสำคัญของทัศนคติในการบริการ

ทัศนคติในการบริการ นำมาซึ่งการจัดกระบวนการบริการได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ซึ่งทัศนคติเป็นตัวการสำคัญที่ชักจูงผู้บริโภคเข้าสู่กระบวนการบริการ ทำให้สามารถเข้าถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคต่อการบริการ ทั้งในด้านความต้องการและลักษณะของบริการที่ลูกค้าชอบ จึงนับว่าทัศนคติมีความสำคัญต่อการบริการทั้งในแง่ของผู้ให้บริการ ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นตัวบ่งบอกความต้องการของลูกค้า
2. ทัศนคติใช้ในการแบ่งส่วนตลาดและเลือกส่วนตลาดที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย
3. ทัศนคติเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของบริการ



ลักษณะและองค์ประกอบของทัศนคติในการบริการ

ทัศนคติที่ดีของผู้ปฏิบัติงานบริการ จะช่วยให้การดำเนินงานบริการเป็นไปอย่างมีคุณภาพ การทำความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะและองค์ประกอบของทัศนคติในการบริการจึงเป็นเรื่องจำเป็น เพื่อจะได้นำความรู้มาใช้เป็นประโยชน์ในการวางแผนจัดการระบบการบริการที่จะก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริการของผู้ให้บริการและลูกค้า และส่งผลให้การบริการดำเนินไปได้ด้วยดี

ลักษณะของทัศนคติในการบริการ

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่พัฒนามากจากประสบการณ์การเรียนรู้ของบุคคล
2. ทัศนคติมีโครงสร้างพื้นฐานมาจากความเชื่อที่เชื่อมโยงกัน
3. ทัศนคติมีทิศทางของการประเมินที่อ้างอิงตัวบุคคลและสิ่งของ
4. ทัศนคติสามารถปรับเปลี่ยนได้ด้วยอิทธิพลของปัจจัยแวดล้อมตัวบุคคล
5. ทัศนคติเป็นความพร้อมที่จะแสดงออกทางพฤติกรรม



องค์ประกอบของทัศนคติในการบริการ

ทัศนคติเป็นองค์รวมของความรู้สึกรู้สึกนึกคิด และความพร้อมในการแสดงออกทางการกระทำหรือพฤติกรรมต่าง ๆ ทัศนคติในการบริการจึงประกอบขึ้นด้วยองค์ประกอบของทัศนคติ 3 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านความคิด

เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่เกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารข้อมูล ความเชื่อ และความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ที่แต่ละบุคคลได้มาจากประสบการณ์การเรียนรู้ทั้งทางตรง และทางอ้อม ทำให้เกิดเป็นความรู้ความเข้าใจที่เป็นเหตุผลในการสรุปความ และรวมเป็นระบบความคิดความเชื่อในการประเมินค่าสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมักจะออกผลเป็นแนวโน้มในทางใดทางหนึ่ง

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึกรู้สึก

เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการแสดงความรู้สึกและอารมณ์ของบุคคล ที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้และความเข้าใจต่อสิ่งต่าง ๆ อันเป็นผลเนื่องมาจากการที่บุคคลประเมินค่าสิ่งเหล่านั้น และเกิดความรู้สึกในทางบวกหรือทางลบออกมา

3. องค์ประกอบด้านความโน้มเอียงของพฤติกรรม

เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความโน้มเอียงที่บุคคลจะประพฤติปฏิบัติตนหรือตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ ไปในทางใดทางหนึ่ง จะขึ้นอยู่กับความเชื่อหรือความรู้สึกของบุคคลที่ได้รับจากการประเมินค่าสิ่งเหล่านั้น

ทัศนคติของผู้ให้บริการ

การดำเนินงานบริการให้ป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ ย่อมขึ้นอยู่กับทัศนคติของผู้ให้บริการเป็นประการสำคัญ การศึกษาทัศนคติของผู้ให้บริการทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการปรับเปลี่ยน และพัฒนาพฤติกรรมบริการของผู้ให้บริการอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้อย่างแท้จริง

1. ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ให้บริการ มีปัจจัยที่สำคัญ ดังนี้

- 1.1 คุณลักษณะส่วนบุคคล
- 1.2 ลักษณะงาน
- 1.3 สภาพการทำงาน
- 1.4 ผู้ร่วมงาน
- 1.5 ประสพการณ์ทำงาน



2. ประเภทของทัศนคติของผู้ให้บริการ ทัศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่องานบริการ ย่อมมีผลต่อการปฏิบัติงานบริการให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพได้ ในที่นี้การแบ่งประเภททัศนคติของผู้ให้บริการ ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของวัฒนธรรมการบริการ ในองค์การบริการที่มีผลต่อผู้ให้บริการ ดังนี้

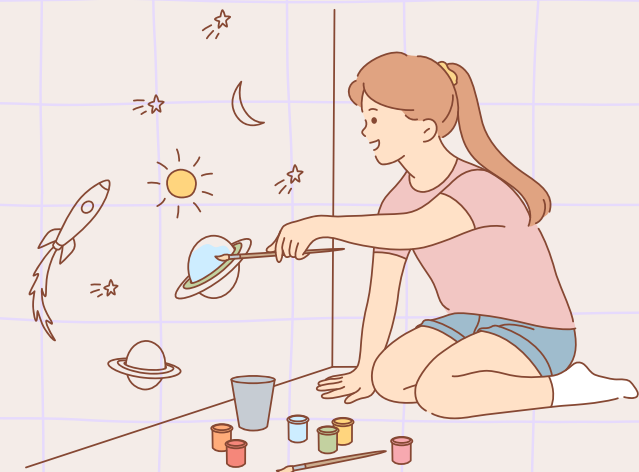
2.1 ทัศนคติต่อลักษณะงานบริการ

2.2 ทัศนคติต่อเงื่อนไขผลตอบแทน

2.3 ทัศนคติต่อการบริหารการบริการ

2.4 ทัศนคติต่อการปฏิบัติงานบริการ

2.5 ทัศนคติต่อสภาพแวดล้อมของการบริการ

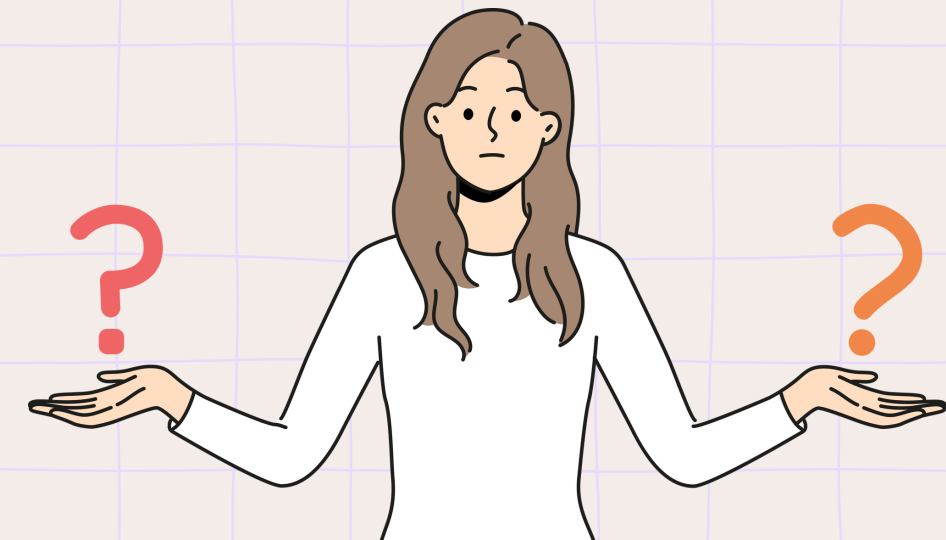


3. คุณลักษณะของทัศนคติของผู้ให้บริการ : ผู้ให้บริการจำเป็นต้องมีทัศนคติที่ดีต่อการบริการ โดยมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานบริการ และบทบาทความรับผิดชอบของผู้ให้บริการ มีความรู้สึทางบวกต่ออาชีพบริการ และมีจิตใจของการให้บริการตลอดจนมีแนวโน้มที่จะปฏิบัติงานบริการให้ผู้อื่นด้วยความเต็มใจ และสนใจการให้บริการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นประการสำคัญ องค์การบริการที่ประสบความสำเร็จในงานบริการ มักคัดเลือกผู้ให้บริการที่มีทัศนคติที่เป็นมิตรต่อลูกค้า โดยมีลักษณะของทัศนคติที่พึงประสงค์ของผู้ให้บริการดังนี้

3.1 ทัศนคติที่เชื่อมั่นในตนเอง

3.2 ทัศนคติในการปรับตัวเข้ากับผู้อื่น

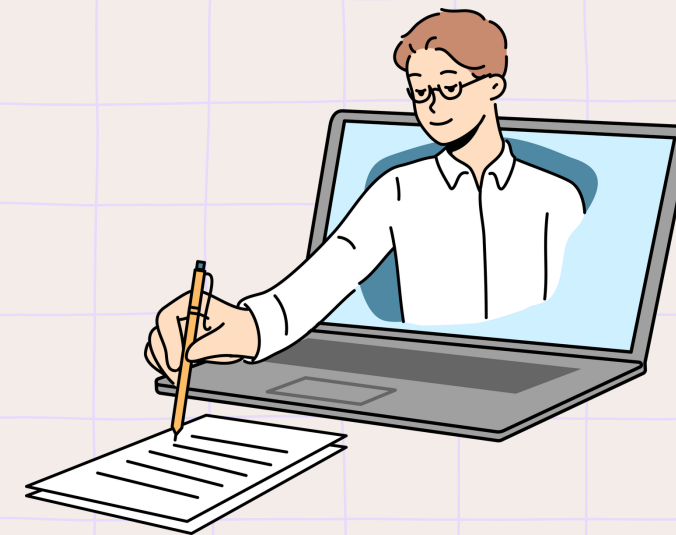
3.3 ทัศนคติในความเห็นใจผู้อื่น



Service Mind และ Service Self

Service Mind หมายถึง การอำนวยความสะดวก การช่วยเหลือ การให้ความกระจ่าง การสนับสนุน การเร่งรัดการทำงานตามสายงาน และความกระตือรือร้นต่อการให้บริการคนอื่น รวมทั้งการยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับด้วยไมตรีจิตที่ดีต่อผู้อื่น และต้องการให้ผู้อื่นประสบความสำเร็จในสิ่งที่เขาต้องการ

Service Self หมายถึง ทั้งร่างกายและจิตใจพร้อมที่จะทำงานรับใช้ผู้อื่น ดังนั้นผู้ที่มี **Service Self** จึงมีบุคลิกภาพที่ดี การแต่งการที่สะอาด การพูดจาไพเราะ และมีใจรักการให้บริการ รักและเห็นความสำคัญของลูกค้า ตลอดจนเต็มใจที่จะทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจเสมอ



กลยุทธ์สำคัญในการสร้างจิตใจให้บริการ ต้องเริ่มต้นจากสิ่งต่อไปนี้

- 1.การจัดบรรยากาศสถานที่ทำงาน
- 2.เต็มใจให้บริการ
- 3.ยิ้มแย้มแจ่มใส
- 4.ไม่นิ่งดูดาย
- 5.รู้สึกอย่างแรงกล้าและลึกซึ้งถึงความสำคัญต่อลูกค้า
- 6.ปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยความรวดเร็วและเต็มใจ
- 7.การสื่อสารที่ดี
- 8.การเอาใจเขามาใส่ใจเรา
- 9.การพัฒนาเทคโนโลยี
- 10.การติดตามประเมินผล และมาตรการประกันคุณภาพการให้บริการ

ผลของการมีจิตใจให้บริการ

ผลดีต่อลูกค้า

1. ลูกค้ามีความพึงพอใจ
2. สามารถเพิ่มปริมาณ คุณภาพ และความรวดเร็วของงานได้
3. ประหยัดเงินและเวลา
4. เกิดความรู้สึกที่ดีต่อผู้ให้บริการ

ผลดีต่อผู้ให้บริการ

1. ความสำเร็จของงาน
2. เกิดภาพสะท้อนที่ดีต่อบุคคลและองค์กร
3. มีกำลังใจ
4. คิดสร้างงานต่อ

ผลดีต่องานที่ทำ

1. งานเป็นที่พอใจ
2. งานเกิดการพัฒนาต่อ
3. งานช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ

ความพึงพอใจของผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจในงาน หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกลงในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสพการณ์และผลตอบแทน (ได้แก่ ลักษณะงาน อัตราจ้าง โอกาสก้าวหน้า และผลประโยชน์) ที่ได้รับจากงานในระดับที่เป็นไปตามความคาดหวังที่บุคคลตั้งไว้ ในทางตรงกันข้าม **ความไม่พึงพอใจในงาน หมายถึง** ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกลงในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสพการณ์ และผลตอบแทนที่ได้จากงานในระดับที่ต่ำกว่าสิ่งที่คาดหวังไว้ว่าจะได้รับ

ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ

เป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการ ขึ้นอยู่กับกลยุทธ์การสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในการบริการที่ได้รับจนติดใจ และกลับมาใช้บริการอีกเป็นประจำ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าตลอดจนผู้ปฏิบัติงานบริการจึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้จะนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาด เพื่อความก้าวหน้าและการเติบโตของธุรกิจบริการอย่างไม่หยุดหยั้ง และส่งผลให้สังคมส่วนร่วมมีคุณภาพที่ดีขึ้น

ความพึงพอใจมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและลูกค้า ดังนี้

1. ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ
2. ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ให้บริการ

มีปัจจัยสำคัญ ได้แก่

- 1. ลักษณะงาน :** ความน่าสนใจและความท้าทายของงานมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ให้บริการ การได้ทำงานที่สร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ อีกทั้งมีโอกาสดำเนินงานนั้นให้สำเร็จด้วยความสามารถของผู้กระทำ ย่อมทำให้บุคคลนั้นมีความต้องการที่จะปฏิบัติงานด้วยความตั้งใจและเกิดความผูกพันต่องาน
- 2. การนิเทศงาน :** การชี้แนะแนวทางการดำเนินงานที่เหมาะสมจากผู้บังคับบัญชา หรือผู้นิเทศ นับเป็นส่วนสำคัญของการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการ ความเข้าใจอันดีระหว่างพนักงานบริการกับผู้นิเทศงาน จะก่อให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการทำงาน
- 3. เพื่อนร่วมงาน :** ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงานทำให้คนเรามีความสุขในการทำงาน การมีสัมพันธภาพระหว่างกลุ่มเพื่อนร่วมงานด้วยความรู้สึกที่ดีต่อกัน ช่วยเหลือพึ่งพาอาศัยเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกันมีความสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรทุกฝ่าย ให้ดำเนินไปตามบทบาทความรับผิดชอบของแต่ละบุคคล
- 4. ค่าจ้างงาน :** ปริมาณรายได้หรือเงินเดือนเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความพึงพอใจแก่ผู้ปฏิบัติงาน ความยุติธรรมและความเสมอภาคในการจ้าง รวมทั้งวิธีการให้ค่าจ้าง ล้วนมีผลต่อความพึงพอใจของพนักงาน นั่นคือ การให้ค่าจ้างในอัตราที่พอเหมาะกับลักษณะงานและความสามารถของพนักงานรวมถึงการขึ้นเงินเดือนให้ตามโอกาส
- 5. โอกาสก้าวหน้าในงาน :** ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงานมีความสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้ให้บริการ ความยุติธรรมในการเลื่อนตำแหน่ง การเสนอความดีความชอบ ตลอดจนการยอมรับความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน ให้ได้รับความก้าวหน้าและรับผิดชอบงานในระดับสูงขึ้นตามลำดับขั้นของงาน ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานสำหรับทุกคน

ประเภทของความพึงพอใจของผู้ให้บริการ

1. **ความพึงพอใจในลักษณะงาน** : เป็นความพึงพอใจทั่ว ๆ ไปในภาพรวมเกี่ยวกับลักษณะของงานบริการ
2. **ความพึงพอใจในองค์ประกอบของการทำงาน** : เป็นความพึงพอใจเฉพาะในการทำงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับปัจจัยแวดล้อมในการทำงาน เช่น ความพึงพอใจต่อรายได้และผลประโยชน์ที่ได้รับจากการบริการ หรือความพึงพอใจต่อความมั่นคงในอาชีพบริการ

ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าและผู้ให้บริการ

ความสำเร็จของธุรกิจบริการ มิได้ขึ้นอยู่กับการให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้าแต่เพียงประการเดียวอีกต่อไป การตระหนักถึงความพึงพอใจของผู้ให้บริการ โดยเฉพาะผู้ปฏิบัติงานบริการควบคู่ไปกับความพึงพอใจของลูกค้า เป็นกลยุทธ์การของบริการการบริการและการตลาดสมัยใหม่ หรือที่เรียกว่า **“การบริหารการบริการเชิงกลยุทธ์”** เน้นความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างความพึงพอใจภายในองค์กร และการสร้างความพึงพอใจภายนอกองค์กรให้มีความเชื่อมโยงกัน โดยความพึงพอใจของลูกค้าจะเป็นผลมาจากความพึงพอใจของผู้ให้บริการ และความพึงพอใจของผู้ให้บริการจะเป็นแรงจูงใจโดยตรงต่อการปฏิบัติงานบริการอย่างมีคุณภาพ ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกพึงพอใจ และทำให้งิจกรรมบริการมีปริมาณผู้ใช้บริการมากขึ้น อันนำไปสู่การสร้างความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ เรียกว่า “วงจรความสำเร็จในงานบริการ”

The End.

Thanks for listening!

