

## บทที่ 2

### แนวความคิด ทฤษฎี และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการมองโลกในแง่ดี ความสุข และคุณภาพการให้บริการ โดยผู้วิจัยขอเสนอหัวข้อต่าง ๆ ตามลำดับดังนี้

#### 1.แนวความคิดเกี่ยวกับการมองโลกในแง่ดี

1.1 ความหมายของการมองโลกในแง่ดี

1.2 มิติของการมองโลกในแง่ดี

1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการมองโลกในแง่ดี

1.4 การวัดการมองโลกในแง่ดี

#### 2.แนวความคิดเกี่ยวกับความสุข

2.1 ความหมายของความสุข

2.2 ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความสุข

#### 3.แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

3.1 ความหมายของการบริการ และลักษณะของการบริการ

3.2 ความหมายของคุณภาพการให้บริการ

3.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

#### 4.ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 งานวิจัยที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการมองโลกในแง่ดีและคุณภาพการให้บริการ

4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความสุขกับคุณภาพการให้บริการ

4.3 งานวิจัยที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการมองโลกในแง่ดีและความสุข

#### 5.สรุปผลการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย

## 1. แนวคิดเกี่ยวกับการมองโลกในแง่ดี

### 1.1 ความหมายของการมองโลกในแง่ดี

มีนักจิตวิทยาและนักวิจัยหลายท่านที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการมองโลกในแง่ดี โดยมองว่าการมองโลกในแง่ดีเป็นลักษณะเฉพาะทางความคิดของบุคคล และได้ให้ความหมายของการมองโลกในแง่ดีแตกต่างกันออกไป ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมไว้ดังนี้

ไทเกอร์ (Tiger, 1979 quoted in Luthans, Lebsack and Lebsack, 2002, pp. 305-320) ได้ให้ความหมายของการมองโลกในแง่ดีว่า คือ อารมณ์หรือทัศนคติของบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการคาดหวังเกี่ยวกับสังคมหรือเรื่องราวในอนาคต โดยบุคคลคาดหวังถึงเรื่องราวที่ดี ๆ ในอนาคตที่จะนำไปสู่ความได้เปรียบของบุคคลและความรู้สึกยินดี

ไซเรอร์และคาร์เวอร์ (Schiever and Carver, 1985) ให้ความหมายการมองโลกในแง่ดีว่า เป็นลักษณะความมีชีวิตชีวาของบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการบรรลุเป้าหมายและระบบการควบคุมตนเองของบุคคล ดังนั้น ผู้ที่มองโลกในแง่ดีจะมีความมั่นใจและสามารถควบคุมตนเองให้จัดการกับอุปสรรคที่ขัดขวางเพื่อไปสู่ความสำเร็จตามที่ตนตั้งเป้าหมายไว้ได้

ซีลิแกนแมน (Seligman, 1991) ได้ให้ความหมายการมองโลกในแง่ดีว่า คือ รูปแบบในการอธิบาย (explanatory style) ของบุคคลต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตน โดยถ้าเป็นสถานการณ์ที่ไม่ดี บุคคลที่มองโลกในแง่ดี จะให้เหตุผลกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นกับตนเองว่าสถานการณ์นั้นจะเกิดเพียงชั่วคราว (temporary) สถานการณ์ที่ไม่ดีนั้นจะเกิดเฉพาะเจาะจง (specific) กับสถานการณ์นั้นสถานการณ์เดียวไม่โยงไปถึงสถานการณ์อื่นด้วย และสถานการณ์ที่ไม่ดีนั้นเกิดจากปัจจัยภายนอก (external) ไม่ได้เกิดจากตนเอง แต่ถ้าเป็นสถานการณ์ที่ดีที่เกิดขึ้นกับบุคคล บุคคลที่มองโลกในแง่ดีจะให้เหตุผลกับสถานการณ์ที่ดีที่เกิดขึ้นกับตนเองว่าสถานการณ์ที่ดีนั้นจะเกิดขึ้นอีกอย่างถาวร (permanent) สถานการณ์ที่ดีนั้นจะเกิดขึ้นกับสถานการณ์อื่นด้วย (universal) และสถานการณ์ดี ๆ นั้นเกิดจากการกระทำของตนเอง (internal) ไม่ใช่จากเกิดปัจจัยภายนอก

ในทางตรงกันข้าม คนที่มองโลกในแง่ร้าย ถ้ามีสถานการณ์ที่ไม่ดีเกิดขึ้นกับเขา คนที่มองโลกในแง่ร้ายจะให้เหตุผลของสถานการณ์ที่ไม่ดีนั้นว่า สถานการณ์ที่ไม่ดีนั้นจะเกิดขึ้นถาวร (permanent) จะเกิดขึ้นกับสถานการณ์อื่นด้วย (universal) และสถานการณ์ที่ไม่ดีนั้นเกิดจากตัวเองเป็นผู้กระทำ (internal) แต่ถ้าเป็นสถานการณ์ที่ดีที่เกิดขึ้นกับบุคคล บุคคลที่มองโลกในแง่ร้ายจะให้เหตุผลกับสถานการณ์ที่ดีที่เกิดขึ้นกับตนเองว่า สถานการณ์ที่ดีนั้นจะเกิด

เพียงชั่วคราว (temporary) ไม่เกิดกับสถานการณ์อื่นด้วย (specific) และสถานการณ์ที่ดี ๆ นั้นเกิดจากปัจจัยภายนอก (external) ไม่ได้เกิดจากตนเองที่ทำให้เกิดสถานการณ์ดี ๆ นั้น

คาร์เวอร์ และ ไชเรอร์ (Carver and Scheier, quoted in Chang, 2001, p. 31)

ให้ความหมายของการมองโลกในแง่ดีว่า เป็นการคาดหวังของบุคคลถึงสิ่งที่ดีที่จะเกิดขึ้นกับตนเอง ซึ่งตรงกันข้ามกับบุคคลที่มองโลกในแง่ร้าย บุคคลจะคาดหวังถึงสิ่งที่ไม่ดีที่จะเกิดขึ้นกับตนเอง ดังนั้น บุคคลที่มองโลกในแง่ดีและบุคคลที่มองโลกในแง่ร้ายจะมีแรงจูงใจในตนเอง มีวิธีการแก้ปัญหา รวมถึงการจัดการกับสิ่งที่ไม่ดีที่เกิดขึ้นกับตนเองต่างกัน

จากความหมายของการมองโลกในแง่ดีที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่า การมองโลกในแง่ดี คือ รูปแบบในการอธิบายสถานการณ์ของบุคคล โดยถ้าเป็นสถานการณ์ที่ดีบุคคลจะบอกว่าสถานการณ์นั้นจะเกิดขึ้นเสมอ จะเกิดกับสถานการณ์อื่นด้วย และตัวเองเป็นผู้ทำให้เกิดสถานการณ์นั้น แต่ถ้าเป็นสถานการณ์ที่ไม่ดี บุคคลจะบอกว่าสถานการณ์นั้นเกิดเพียงชั่วคราว เฉพาะเจาะจงสำหรับสถานการณ์นั้นสถานการณ์เดียวและเกิดจากปัจจัยภายนอก ดังนั้น บุคคลที่มองโลกในแง่ดี ย่อมมีแรงจูงใจในตนเอง มีความพึงพอใจกับสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบๆ ตัว และมีความสุข

## 1.2 มิติของการมองโลกในแง่ดี

ลูธานส์ (Luthans, 2005, p. 273) ได้สรุปลักษณะของการมองโลกในแง่ดี ไว้ดังนี้

1. การมองโลกในแง่ดีเป็นธรรมชาติของมนุษย์ ซึ่งนักมนุษยวิทยาและนักจิตวิทยาสมัยใหม่มีความเห็นว่าการมองโลกในแง่ดีเป็นลักษณะที่ดีในตัวมนุษย์
2. การมองโลกในแง่ดีเป็นความแตกต่างระหว่างบุคคล บุคคลทั้งหลายมีระดับการมองโลกในแง่ดีที่แตกต่างกันออกไป และการมองโลกในแง่ดีเป็นความแตกต่างในเรื่องความคิดของบุคคลที่คาดหวังผลลัพธ์ในอนาคต (expectation) หรือเป็นการให้เหตุผล (causal attributions) กับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตนเอง ซึ่งแต่ละคนจะไม่เหมือนกัน นอกจากนั้น ซีลิกแมน (Seligman, quoted in Ported Bigley and Steer, 2003, p. 185) ได้กล่าวถึงลักษณะของการมองโลกในแง่ดีว่าเป็นสภาวะ (statelike) ของบุคคล ซึ่งบุคคลสามารถเรียนรู้และพัฒนาลักษณะการมองโลกในแง่ดีในตนเองได้

### 1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการมองโลกในแง่ดี

เนื่องจากการศึกษาของนักจิตวิทยาและนักวิจัยหลาย ๆ ท่านในเรื่องการมองโลกในแง่ดี มีการศึกษาแตกต่างกันออกไป เห็นได้เด่นชัดสองลักษณะ คือ **ลักษณะแรก** เห็นว่าการมองโลกในแง่ดีเป็นการคาดหวัง (expectation) ถึงผลลัพธ์ที่ดีในอนาคต และ **ลักษณะที่สอง** เห็นว่าการมองโลกในแง่ดีเป็นลักษณะการให้เหตุผล (attributions) เกี่ยวกับสาเหตุของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับบุคคลในทางที่ดี (Luthans, 2005, p. 272) ดังนั้น การศึกษาแนวคิดพื้นฐานของการมองโลกในแง่ดีทั้งสองลักษณะจึงต่างกัน ผู้วิจัยได้สรุปแนวคิดพื้นฐานของการมองโลกในแง่ดีทั้งสองลักษณะดังต่อไปนี้

**ลักษณะแรก** การมองโลกในแง่ดีเป็นการคาดหวังถึงผลลัพธ์ที่ดีในอนาคต ซึ่งนักจิตวิทยาที่ศึกษาการมองโลกในแง่ดีในลักษณะนี้ ได้แก่ คาร์เวอร์ และ ไชเวอร์ (Carver and Scheier, quoted in Snyder and Lopez , 2002, p. 231) ซึ่งได้เสนอแนวคิดที่สำคัญของการมองโลกในแง่ดี โดยใช้โมเดลแรงจูงใจเกี่ยวกับความคาดหวัง (Expectancy-value Model of Motivation) ดังมีแนวคิดสำคัญต่อไปนี้

#### โมเดลแรงจูงใจเกี่ยวกับความคาดหวัง (Expectancy-Value Model of Motivation)

แนวคิดนี้เริ่มจากสมมุติฐานที่ว่า พฤติกรรมของบุคคลเกิดจากความต้องการที่จะไปให้ถึงเป้าหมายที่คาดไว้ และยิ่งถ้าเป้าหมายนั้นเป็นสิ่งที่น่าปรารถนาหรือสร้างความพอใจกับบุคคล บุคคลจะแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมเพื่อไปให้ถึงเป้าหมายนั้น ดังนั้น ถ้าปราศจากเป้าหมายที่มีคุณค่าแล้ว บุคคลก็ไม่มีเหตุผลที่จะกระทำ นอกจากนี้ ความมั่นใจของบุคคลที่จะไปให้ถึงเป้าหมายที่มีคุณค่าก็เป็นสิ่งสำคัญ ถ้าบุคคลขาดความเชื่อมั่นและเกิดความลังเลสงสัยที่จะไปถึงเป้าหมายนั้นได้ บุคคลจะขาดการกระทำ ในทางตรงกันข้ามถ้าบุคคลมีความมั่นใจว่าสามารถไปถึงเป้าหมายนั้นได้ บุคคลจะมีความพยายามที่จะเผชิญหน้ากับอุปสรรคเพื่อไปให้ถึงเป้าหมายที่มีคุณค่า

แนวคิดนี้เชื่อว่า บุคคลที่มองโลกในแง่ดีจะคาดหวังในสิ่งที่ดี และมีความมั่นใจว่าตนสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตนคาดไว้ ซึ่งต่างจากบุคคลที่มองโลกในแง่ร้ายจะคาดหวังในสิ่งร้าย บุคคลจะขาดความเชื่อมั่นว่าตนสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตนคาดไว้ ดังนั้น เมื่อเผชิญกับอุปสรรคหรือความท้าทาย บุคคลที่มองโลกในแง่ดีจะมีความอดทน สามารถจัดการกับปัญหาและนำไปสู่ความสำเร็จได้ ซึ่งต่างจากบุคคลที่มองโลกในแง่ร้ายที่จะลังเลสงสัยไม่สามารถจัดการกับปัญหาได้

**ลักษณะที่สอง** การมองโลกในแง่ดีเป็นลักษณะการให้เหตุผลเกี่ยวกับสาเหตุของสถานการณ์ที่เกิดขึ้นกับบุคคลในทางที่ดี ซึ่งนักจิตวิทยาที่ศึกษาการมองโลกในแง่ดีตามแนวคิดนี้ได้แก่ ซีลิกแมน (Seligman, 1991) ปีเตอร์สัน และ สตีท (Peterson and Steen, quoted in Snyder and Lopez, 2002, p. 244) แนวคิดที่สำคัญของการมองโลกในแง่ดีตามลักษณะนี้ ได้แก่ รูปแบบในการอธิบายสถานการณ์ของบุคคล (explanatory style) ซึ่งมีจุดกำเนิดมาจากทฤษฎีการเรียนรู้การไร้ความสามารถ (Learned Helplessness Theory) และทฤษฎีการให้เหตุผล (Attribution Theory)

### **ทฤษฎีการเรียนรู้การไร้ความสามารถ (Learned Helplessness Theory)**

เป็นทฤษฎีการตอบสนองต่อสิ่งเร้า คือ เมื่อบุคคลอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่สามารถควบคุมหรือจัดการได้ บุคคลจะเกิดความกังวล หดหู่ ขาดแรงจูงใจ และเมื่อตกอยู่ในสถานการณ์นั้นนาน ๆ เข้า บุคคลจะเรียนรู้ว่าตนไร้ความสามารถ ตนไม่สามารถทำอะไรได้ ตรงกันข้ามถ้าบุคคลอยู่ในสถานการณ์ที่ควบคุมได้ บุคคลจะไม่เรียนรู้การไร้ความสามารถ ทฤษฎีนี้ได้ความรู้มาจากการทดลองในสัตว์ สัตว์ทั้งหลายเมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่หลบหนีไม่ได้ ในที่สุดพวกมันจะเรียนรู้การไร้ความสามารถ แต่โดยทั่วไปลักษณะการเรียนรู้การไร้ความสามารถในคนจะแตกต่างจากสัตว์

### **ทฤษฎีการให้เหตุผล (Attribution Theory)**

เป็นทฤษฎีการให้เหตุผลของบุคคล ที่อธิบายถึงสาเหตุการเกิดพฤติกรรมของตนเองหรือของบุคคลอื่น การให้เหตุผลจะมีสองลักษณะ คือ **หนึ่ง** พฤติกรรมของบุคคลเกิดจากปัจจัยภายใน (Internal Factor) เกิดจากลักษณะนิสัยของตน แรงจูงใจ และความสามารถของบุคคล **สอง** พฤติกรรมของบุคคลเกิดจากปัจจัยภายนอก (External Factor) เกิดจากอิทธิพลของสังคมภายนอก เช่น ถ้าบุคคลทำคะแนนสอบได้ดี และเขาให้เหตุผลว่า เป็นเพราะ เขาเป็นคนเก่งหรือเขาอ่านหนังสืออย่างหนัก เป็นการให้เหตุผลจากปัจจัยภายใน แต่ถ้าบุคคลให้เหตุผลว่า เป็นเพราะ เขาโชคดีหรือข้อสอบง่าย เป็นการให้เหตุผลจากปัจจัยภายนอก (Nelson, 1996, p. 48)

อับบราฮัม, ซีลิกแมน และ ทีเดิล (Abramson, Seligman and Teasdale, 1978 quoted in Snyder and Lopez, 2002, p. 247) ได้นำทฤษฎีการเรียนรู้การไร้ความสามารถมาประยุกต์กับทฤษฎีการให้เหตุผล (Attribution Theory) ของ เคลลี (Kelley) และวีเนอร์ (Weiner) กลายเป็นลักษณะหรือรูปแบบในการอธิบายสถานการณ์ของบุคคล (explanatory style) คือ เมื่อมีสถานการณ์ที่ไม่ดีหรือสถานการณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้เกิดขึ้นกับบุคคล ถ้าบุคคลให้เหตุผลเกี่ยวกับสาเหตุของสถานการณ์ที่เกิดขึ้นว่าจะเกิดขึ้นตลอดไป (stable) และจะเกิดกับสถานการณ์อื่นด้วย (global) และตนเองเป็นผู้ทำให้เกิดสถานการณ์นั้น (internal) นั่นคือ การเรียนรู้

การไร้ความสามารถของบุคคล ซึ่งเป็นลักษณะของบุคคลที่มองโลกในแง่ร้าย ในทางตรงกันข้าม ถ้าบุคคลให้เหตุผลเกี่ยวกับสาเหตุของสถานการณ์ที่เกิดขึ้นว่าเกิดขึ้นเพียงชั่วคราว (unstable) ไม่เกิดกับสถานการณ์อื่น เกิดกับสถานการณ์นี้สถานการณ์เดียว (specific) และตนเองไม่ได้เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดสถานการณ์นั้น (external) แสดงว่า บุคคลไม่เรียนรู้การไร้ความสามารถ ซึ่งเป็นลักษณะของบุคคลที่มองโลกในแง่ดี

ถึงแม้ว่า การมองโลกในแง่ดีทั้งสองลักษณะมีแนวคิดที่แตกต่างกัน แต่ทั้งสองลักษณะก็เชื่อว่า บุคคลที่มองโลกในแง่ดีจะคิดและคาดการณ์ถึงผลลัพธ์ที่ดี แต่บุคคลที่มองโลกในแง่ร้ายจะคิดและคาดถึงผลลัพธ์ที่ไม่ดี

#### 1.4 การวัดการมองโลกในแง่ดี

เนื่องจากแนวคิดของการมองโลกในแง่ดีมีลักษณะที่แตกต่างออกไป 2 ลักษณะ ดังนั้นวิธีการวัดการมองโลกในแง่ดีของบุคคลจึงมีลักษณะที่แตกต่างออกไปสองลักษณะด้วย ซึ่งคาร์เวอร์ และไซเชอร์ (Carver and Scheier, quoted in Snyder and Lopez, 2002, p. 233) และ ปีเตอร์สัน และสทีน (Peterson and Steen, quoted in Snyder and Lopez, 2002, p. 232 ) ได้สรุปไว้ ดังนี้

1. วัดการมองโลกในแง่ดีของบุคคลจากการคาดหวัง โดยมีข้อคำถามที่ถามถึงการคาดหวัง (expectation) ในเหตุการณ์ว่าบุคคลคาดหวังถึงสิ่งที่ดีหรือไม่ดี ซึ่งเป็นวิธีที่วัดการคาดหวังของบุคคลโดยตรงและเป็นวิธีที่ไม่ซับซ้อนมากนัก โดยใช้แบบทดสอบการมุ่งเน้นในชีวิต (The Life Orientation Test หรือเรียกสั้น ๆ ว่า LOT) มีจำนวนข้อคำถาม 12 ข้อ ซึ่งสามารถแยกแยะระหว่างบุคคลที่มองโลกในแง่ดีและบุคคลที่มองโลกในแง่ร้ายได้ ต่อมา มีการปรับปรุงแบบสอบถามดังกล่าวอีกครั้ง โดยใช้ชื่อว่า แบบทดสอบการมุ่งเน้นในชีวิตฉบับปรับปรุง (The Life Orientation Test-Revised เรียกสั้น ๆ ว่า LOT-R) มีจำนวนข้อคำถาม 10 ข้อ โดยแบบทดสอบการมุ่งเน้นในชีวิตฉบับปรับปรุงจะมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่าแบบทดสอบฉบับเดิม

2. วัดการมองโลกในแง่ดีของบุคคลจากรูปแบบในการอธิบายสถานการณ์ของบุคคล (Explanatory Style) แบบสอบถามที่ใช้ชื่อว่า แบบสอบถามรูปแบบการอธิบายสถานการณ์ (Attribution Style Questionnaire หรือเรียกสั้น ๆ ว่า ASQ) โดยจะมีข้อคำถามที่ถามถึงสาเหตุของการเกิดสถานการณ์ ในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งจะมีทั้งสถานการณ์ ที่ดีและไม่ดี ซึ่งข้อคำถามในแต่ละสถานการณ์จะแบ่งออกเป็น 3 มิติ คือ **มิติแรก มิติแหล่งกำเนิดของสาเหตุ** คือ สาเหตุของสถานการณ์เกิดจากตนเองหรือไม่ (internal) **มิติที่สอง มิติแห่งความ**

**สม่าเสมอ** คือ สาเหตุของสถานการณ์จะคงอยู่ตลอดไปหรือไม่ (stability) และ**มิติที่สาม มิติแห่งความทั่วไป** คือ สาเหตุของสถานการณ์เชื่อมโยงไปยังสถานการณ์อื่นด้วยหรือไม่ (global) คะแนนของแต่ละข้อจะนำมารวมกันในแต่ละมิติ โดยแยกเป็นสถานการณ์ที่ดีกับสถานการณ์ที่ไม่ดี

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาการมองโลกในแง่ดีตามแนวคิดของซีลิกแมน เพราะว่าแนวคิดดังกล่าวทำให้ทราบถึงรูปแบบในการอธิบายสถานการณ์ในแต่ละสถานการณ์ของบุคคลว่ามีความแตกต่างกัน ซึ่งจะส่งผลต่อการปรับตัวของบุคคลและประสิทธิภาพการทำงานที่ต่างกัน และ ผู้วิจัยให้ความหมายการมองโลกในแง่ดีว่า รูปแบบในการอธิบายสถานการณ์ของบุคคล โดยถ้าเป็นสถานการณ์ที่ดีบุคคลจะบอกว่าสถานการณ์นั้นจะเกิดขึ้นเสมอ จะเกิดกับสถานการณ์อื่นด้วย และตัวเองเป็นผู้ทำให้เกิดสถานการณ์นั้น แต่ถ้าเป็นสถานการณ์ที่ไม่ดี บุคคลจะบอกว่าสถานการณ์นั้นเกิดเพียงชั่วคราว เฉพาะเจาะจงสำหรับสถานการณ์นั้น สถานการณ์เดียวและเกิดจากปัจจัยภายนอก ผู้วิจัยเชื่อว่าบุคคลที่มีลักษณะการมองโลกในแง่ดี บุคคลจะมีแรงจูงใจในตนเองที่จะปฏิบัติงาน ไม่ท้อแท้ เมื่อเจออุปสรรคในการทำงาน มีความรู้สึกที่ดีกับงาน อันจะส่งผลให้เกิดความสำเร็จในการทำงานมากกว่าบุคคลที่มีลักษณะที่มองโลกในแง่ร้าย และลักษณะของงานให้บริการเป็นงานที่ต้องพบปะติดต่อกับบุคคลจำนวนมากและมีปัญหาที่เกิดจากความต้องการของผู้ใช้บริการที่ต่างกัน ซึ่งลักษณะของบุคคลที่มองโลกในแง่ดีที่มีความอดทนต่ออุปสรรคต่างๆในการทำงาน และมีความคาดหวังกับสิ่งดีๆในอนาคต แม้เมื่อเจอกับปัญหาก็สามารถปรับตัวให้ผ่านพ้นไปได้ จึงน่าจะเป็นลักษณะที่เหมาะสมกับการทำงาน ให้บริการ ซึ่งทำให้เกิดคุณภาพการบริการที่ดีได้

## 2.แนวคิดเกี่ยวกับความสุข

### 2.1 ความหมายของความสุข

ในการอธิบายความหมายของความสุข มีผู้ใช้คำอธิบายคำนี้แตกต่างกัน บางครั้งใช้คำว่า ความผาสุก (Subjective well-being) หรือบางครั้งใช้คำว่า ความพึงพอใจในชีวิต (Life Satisfaction) ดังนั้น คำทั้งสามคำจึงถูกใช้แทนกันเสมอ สำหรับในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้คำว่า ความสุขในการวิจัย โดยผู้วิจัยศึกษาความผาสุกและความพึงพอใจในชีวิตประกอบไปด้วยเพื่อจะได้เข้าใจในความหมายของความสุขให้มากขึ้น

มีนักจิตวิทยาได้ให้ความหมายและลักษณะของความสุขไว้หลายท่าน ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมและสรุปไว้ดังต่อไปนี้

ฟอร์ด (Fordyce, 1983, p. 483) กล่าวว่า ความสุขเป็นความรู้สึกของอารมณ์ที่มีความรู้สึกพอใจกับชีวิต พึงพอใจกับตนเอง เต็มเปี่ยมไปด้วยความรู้สึกเต็มเต็ม ซึ่งไม่ใช่ความรู้สึกพอใจแค่เพียงชั่วคราว และบุคคลจะรับรู้ความรู้สึกมีความสุขได้เองโดยสัญชาตญาณ

ดินเนอร์ (Diener, 2000, p. 34) กล่าวว่า ความสุขเป็นความคิดของบุคคลและเป็น การประเมินความรู้สึกในชีวิตของบุคคล ซึ่งบุคคลที่มีความสุขจะมีลักษณะอยู่ 4 อย่าง คือ **หนึ่ง** มีความพึงพอใจในชีวิตของตน **สอง** มีความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีความสำคัญกับตน เช่น ความพึงพอใจในการทำงาน **สาม** มีอารมณ์ความรู้สึกในด้านดี เช่น ความรู้สึกพอใจ สบายใจ สนุกสนาน และ **สี่** มีอารมณ์ความรู้สึกที่ไม่ดี เช่น ความรู้สึกขุ่นมัว ไม่พอใจ ไม่สบายใจในระดับต่ำ และบุคคลที่มีความสุข บุคคลจะสนใจและมีความกระตือรือร้นในการทำกิจกรรมต่าง ๆ

ลัมโบมิสกี (Lyubomirsky, 2001, p. 239) กล่าวว่า ความสุขเป็นความรู้สึกของอารมณ์ที่ดีๆหลายอย่างของบุคคล เช่น ความรู้สึกพอใจ ความรู้สึกที่ดีกับชีวิต ความรู้สึกสนุกสนาน รวมถึงความรู้สึกประสบความสำเร็จในการทำกิจกรรมต่าง ๆ

ซีลิกแมน (Seligman, 2002, p. 261) กล่าวว่า ความสุขเป็นลักษณะในด้านดีของบุคคล ซึ่งเกี่ยวข้องกับอารมณ์ทางบวกของบุคคล เช่น ความปิติสุข ความสบายใจ และความสุขที่มีชีวิตชีวาทั้งหลายในตัวบุคคล โดยจำแนกอารมณ์ทางบวกของบุคคลออกเป็น 3 ระดับ **หนึ่ง** เป็นความรู้สึกพอใจหรือภูมิใจกับเรื่องราวในอดีตของตน **สอง** เป็นความรู้สึกมั่นใจ มีความหวังที่จะกระทำสิ่งใด ๆ ในอนาคต และ **สาม** เป็นความรู้สึกพอใจกับตนเองในปัจจุบัน และอารมณ์ทางบวกทั้งสามระดับจะนำมาซึ่งความพึงพอใจในชีวิตของบุคคล

ดินเนอร์, ลูคัส และ โออิชิ (Diener, Lucus and Oishi, quoted in Snyder and Lopez, 2002, p. 63) กล่าวว่า ความสุขของบุคคลเป็นลักษณะความคิดของบุคคลและการประเมินความรู้สึกในชีวิตของบุคคล ในเรื่องความพึงพอใจและความรู้สึกเต็มเต็มในชีวิต ซึ่งบุคคลที่มีความสุขจะพึงพอใจกับสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตและมีความพึงพอใจในชีวิตของตนเอง มีอารมณ์ที่มีความยินดีและรู้สึกเต็มเต็มกับชีวิตของตน มีอารมณ์ทางลบในระดับต่ำ ความสุขถือว่าเป็นจิตวิทยาในเชิงบวก เพราะทำให้ชีวิตของบุคคลมีคุณค่า

ลูธานส์ (Luthane, 2001-2002, quoted in Peter, Bigley and Steer, 2003, p. 2003) กล่าวว่า ความสุขจะเกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึกของบุคคล การประเมินชีวิตและความพึงพอใจในชีวิตของบุคคล

จากความหมายและลักษณะของความสุขที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่า ความสุข คือ ลักษณะความคิดและการประเมินความรู้สึกของบุคคล โดยมีความรู้สึกพึงพอใจในชีวิตของตนและมีอารมณ์ความรู้สึกที่ดี ๆ เช่น ความรู้สึกพอใจ ยินดี รวมถึงความรู้สึกเติมเต็มในชีวิต โดยความรู้สึกยินดีหรือพอใจนั้นไม่ใช่ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเพียงแค่ชั่วครว

## 2.2 ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความสุข

มีนักจิตวิทยาและนักวิจัยหลายท่านพบว่า มีปัจจัยหลายอย่างที่มีความสัมพันธ์กับความสุขของบุคคล เช่น วิลสัน (1967) พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลในเรื่องสุขภาพ รายได้ ศาสนา สถานภาพการสมรส อายุ ความแตกต่างทางเพศ และการศึกษามีความสัมพันธ์กับความสุขของบุคคล วิลสัน กล่าวว่า บุคคลที่มีความสุขจะดูอ่อนวัย สุขภาพแข็งแรงและยอมรับนับถือในตนเอง ต่อมา แคมเบล, คอนเวิร์ส และโรเจอร์ (Campbell, Converse and Rogers, 1976 quoted in Diener, Suh, Lucas and Smith, 1999 ) ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล และความสุขของคนอเมริกัน พบว่า ลักษณะส่วนบุคคล เช่น อายุ เพศ รายได้ การศึกษาและสถานภาพการแต่งงานมีความสัมพันธ์กับความสุขประมาณ 20% นอกจากนั้น ดิเนอร์ (Diener, quoted in Luthans, 2005, p. 278) และผู้ร่วมงานวิจัยกับเขา พบว่า ยังมีปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสุขอีก ดังนี้

### 1. บุคลิกภาพ (Personality)

บุคลิกภาพมีความสัมพันธ์กับความสุขของบุคคล จากการศึกษาและงานวิจัยของ คอสต้า และ แม็กเคอร์ (Costa and McCare) ในปี 1980 และของ วัตสันและคลาร์ก (Watson and Clark) ในปี 1984 พบว่า บุคลิกภาพแบบเปิดเผย (extraversion) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสุขและบุคลิกภาพแบบเก็บตัวมีความสัมพันธ์ทางลบกับความสุข นอกจากนั้น จากการศึกษาวิจัยของ ฟุจิต้า (Fujita) ในปี 1991 พบว่า บุคลิกภาพแบบเปิดเผยมีความสัมพันธ์กับความสุข โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .71 อย่างไรก็ตามแม้ว่าบุคลิกภาพจะส่งผลต่อความสุขของบุคคล แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและสภาพการณ์รอบ ๆ ตัวของบุคคลด้วย

### 2. เป้าหมาย (Goals)

ความสุขของบุคคลมีความสัมพันธ์กับการบรรลุเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการบรรลุเป้าหมายในการทำงาน ดิเนอร์ (Diener, 1984) กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลแต่ละคนเราสามารถเข้าใจได้โดยดูจากเป้าหมายที่บุคคลได้ตั้งไว้ บุคคลจะแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อไปถึงยังเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังนั้น เมื่อบุคคลประสบความสำเร็จในเป้าหมายที่ตั้งไว้ บุคคลจะมี

ความสุขและมีความพึงพอใจกับชีวิตของตน ดีนเนอร์และฟูจิต้า (Diener and Fujita, 1985) ได้ทดสอบความสัมพันธ์ของการบรรลุเป้าหมายและความสุข โดยหาความสัมพันธ์ระหว่างความสุข การบรรลุเป้าหมายและการมีรายได้ พบว่า ความสุขมีความสัมพันธ์กับรายได้และการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้มากกว่าการไม่สามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ ดีนเนอร์และฟูจิต้า ยังพบว่าการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้จะมีความสัมพันธ์กับรายได้ที่เพิ่มขึ้นด้วย แต่อย่างไรก็ตาม ความสุขกับการบรรลุเป้าหมายยังเกี่ยวข้องกับการตั้งเป้าหมายที่สูงหรือต่ำเกินไปด้วย เช่น ถ้าบุคคลตั้งเป้าหมายสูงเกินไปจะส่งผลต่อความเครียดของบุคคล ในทางกลับกัน ถ้าบุคคลตั้งเป้าหมายต่ำเกินไปย่อมส่งผลต่อความเบื่อหน่ายของบุคคลได้

### 3. การปรับตัว (Adapting)

ความสุขมีความสัมพันธ์กับการปรับตัวของบุคคล ซึ่งเฮลสัน (Helson, 1947) ได้ให้คำนิยาม การปรับตัวว่าเป็นการลดการตอบสนองของบุคคลต่อสิ่งเร้าหรือเหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลง เหตุการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตของบุคคลจะมีอิทธิพลต่อความสุขและความทุกข์ของบุคคล ซิลเวอร์ (Silver, 1982) พบว่า ภาวะอัมพาตเนื่องจากไขสันหลังอักเสบจะหายหลังจากบาดเจ็บภายใน 2 เดือน และในช่วงอาทิตย์แรกหลังจากบาดเจ็บบุคคลจะมีความรู้สึกเศร้าโศกและกลัว แต่หลังจากนั้น 8 สัปดาห์ความรู้สึกมีความสุขจะมีอิทธิพลเหนือความรู้สึกเศร้าโศกและกลัว นั่นแสดงว่า บุคคลสามารถปรับตัวสู่อารมณ์ของความสุขอีกครั้ง ในเรื่องการทำงานบุคคลสามารถปรับตัวได้เช่นกัน โดย ซู ดีนเนอร์ และ ฟูจิต้า (Suh, Diener and Fujita, 1996) พบว่า เมื่อบุคคลต้องเจอกับเหตุการณ์ที่สำคัญ เช่น การสูญเสียงาน ไม่ได้รับการเลื่อนตำแหน่งอย่างน้อยที่สุด 3 เดือนบุคคลจึงจะปรับตัวเข้าสู่อารมณ์ของความสุข มีชีวิตชีวาอีกครั้ง

### 4. วัฒนธรรม (Culture)

มีการศึกษาถึงความแตกต่างของวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อความสุขของบุคคลในแต่ละประเทศ จากการศึกษาของนักวิจัยหลาย ๆ ท่าน เช่น ดีนเนอร์ และ ซู (Diener and Suh, 1999, quoted in Diener, 2000, p. 39) สามารถสรุปสิ่งที่น่าสนใจได้ดังนี้ คือ **หนึ่ง** โดยส่วนใหญ่ประเทศที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี ประชากรในประเทศมีรายได้เฉลี่ยต่อบุคคลสูง บุคคลในประเทศจะรายงานถึงความสุขของตนในระดับสูง อาจเป็นเพราะว่าคนในประเทศเหล่านี้มีรายได้เพียงพอที่จะบริโภคปัจจัยขั้นพื้นฐานที่ต้องการ เช่น สามารถซื้ออาหารหรือเครื่องนุ่งห่มที่ต้องการได้ แต่อย่างไรก็ดี มีบางประเทศที่ประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อบุคคลสูง แต่กลับรายงานถึงความสุขของตนในระดับต่ำ เช่น ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าสังคมของประเทศญี่ปุ่นมีกฎระเบียบที่เคร่งครัด คนในสังคมถูกกดดันและถูกคาดหวังให้อยู่ในกฎระเบียบสูง นอกจากนี้

บางประเทศในแถบละตินอเมริกา เช่น ประเทศบราซิล ชิลี และอาเจนติน่า ประชากรในประเทศ รายงานถึงความสุขของตนในระดับสูงถึงแม้ว่าจะมีรายได้เฉลี่ยต่อบุคคลในระดับต่ำ ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า รายได้ที่บุคคลได้รับมีอิทธิพลต่อความสุขของบุคคลแต่ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับ วัฒนธรรมและสภาวะทางการเมืองในประเทศที่บุคคลอาศัยอยู่ด้วย **สอง** ลักษณะของวัฒนธรรม ในแต่ละประเทศที่แตกต่างกัน เช่น วัฒนธรรมแบบปัจเจกบุคคล (Individualist Cultures) ที่ให้ความสำคัญกับความคิดและความรู้สึกของบุคคล และวัฒนธรรมแบบนิยมกลุ่ม (Collectivist Cultures) ที่ให้ความสำคัญกับกลุ่ม จะมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความสุข และการยอมรับนับถือในตนเอง (Self Esteem) ของบุคคลแตกต่างกันด้วย งานวิจัยของดินเนอร์ และดินเนอร์ (Diener and Diener, 1995) พบว่า บุคคลที่ยอมรับนับถือในตนเองสูงจะมีระดับความสุขหรือระดับความพึงพอใจในชีวิตต่ำเมื่อบุคคลอยู่ในประเทศที่มีวัฒนธรรมแบบนิยมกลุ่ม ในทางตรงกันข้าม บุคคลที่ยอมรับนับถือในตนเองสูงจะมีระดับความสุขหรือระดับความพึงพอใจในชีวิตสูงเมื่อบุคคลอยู่ในประเทศที่มีวัฒนธรรมแบบปัจเจกบุคคล นอกจากนี้งานวิจัยของ ลูคัส, ดินเนอร์, โกรีฟ, ซู และเซา (Lucis, Diener, Grob, Suh, Shao, 2000, quoted in Snyder, 2002, p. 68) ยังพบว่า บุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผย (extraversion) กล่าวแสดงออก จะมีความสุขในระดับต่ำเมื่อบุคคลอยู่ในประเทศที่มีวัฒนธรรมแบบกลุ่ม ในทางตรงกันข้าม บุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผย กล่าวแสดงออก จะมีความสุขในระดับสูงเมื่อบุคคลอยู่ในประเทศที่มีวัฒนธรรมแบบปัจเจกบุคคล

จากแนวคิดต่าง ๆ และความหมายของความสุขที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้สรุป ความหมายของความสุขสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ว่า เป็นความรู้สึกพึงพอใจกับชีวิตของตนและ ความรู้สึกพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่บุคคลเห็นว่ามี ความหมายและสำคัญกับตน รวมทั้งความรู้สึก ยินดีพอใจกับการดำเนินชีวิตปัจจุบัน และในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาความสุขตามแนวคิดของ ดินเนอร์ เพราะผู้วิจัยเห็นว่า ดินเนอร์เป็นผู้ศึกษาในเรื่องของความสุขมาเป็นเวลานานและใน การศึกษาวิจัยในต่างประเทศเกี่ยวกับความสุขของบุคคล แนวคิดของดินเนอร์เป็นที่นิยมใช้ในการ ศึกษา ผู้วิจัยเชื่อว่า บุคคลหรือพนักงานที่มีความสุข ความคิดและอารมณ์ความรู้สึกของ บุคคลจะเต็มเปี่ยมไปด้วยความพึงพอใจ สบายใจ มีความกระตือรือร้นและมีความเต็มใจที่จะ ช่วยเหลือบุคคลอื่น อันจะส่งผลดีต่อการทำกิจกรรมต่าง ๆ และการปฏิบัติงานโดยเฉพาะงานที่ต้อง ให้บริการซึ่งต้องพบปะกับผู้คนตลอดเวลา

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการ

#### 3.1 ความหมายและลักษณะของการบริการ

##### 3.1.1 ความหมายของบริการ (service)

คำว่า บริการ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “service” พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ. 2530 ได้ให้ความหมายคำว่า “บริการ” ว่า หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่าง ๆ

นอกจากนี้ มีนักวิชาการด้านการตลาดและนักวิจัยหลายท่าน ได้ให้ความหมายของบริการไว้หลายด้าน ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมไว้ดังนี้

กรอนรูส์ (Gronroos, 1990, p. 46) ให้ความหมายของบริการว่า หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะที่ไม่สามารถจับต้องได้ ซึ่งไม่จำเป็นต้องเกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าหรือพนักงานบริการเสมอไป อาจเกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับบริษัทผู้ผลิต หรือลูกค้ากับระบบการให้บริการที่จัดไว้ก็ได้ เพื่อช่วยในการแก้ปัญหาของลูกค้า

คอตเลอร์ (Kotler, 2000, p. 428) ให้ความหมายของการบริการว่า หมายถึง กิจกรรมหรือการปฏิบัติใด ๆ ที่บุคคลกลุ่มหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ให้บริการ สามารถนำเสนอกิจกรรมหรือการปฏิบัตินั้นให้กับบุคคลอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้รับบริการ โดยกิจกรรมหรือการปฏิบัตินั้นมีลักษณะที่ไม่สามารถจับต้องได้ และไม่ส่งผลต่อความเป็นเจ้าของในกิจกรรมนั้น

สมิต สัจฉุกร (2543, น. 13) ให้ความหมายของการบริการว่า หมายถึง การปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใด ๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลาย ในการทำให้คนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ จัดได้ว่าเป็นการให้บริการทั้งสิ้น

ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น (2544, น. 58) ให้ความหมายของการบริการว่า หมายถึง พฤติกรรม กิจกรรมหรือกระบวนการในการกระทำที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลสร้างแล้วส่งมอบให้อีกบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มหนึ่งอย่างมีเป้าหมายและตั้งใจ ซึ่งการบริการเป็นสิ่งที่จับต้องหรือสัมผัสได้ยาก แต่เสื่อมสลายได้ง่าย และผู้ให้บริการเป็นผู้สร้างแล้วส่งมอบสู่ผู้รับบริการเพื่อใช้ประโยชน์หรือเพื่อเกิดความสะดวกสบายในเวลานั้น หรือทันทีทันใดที่เกิดบริการนั้น

จากความหมายของการบริการที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้สรุปความหมายของการบริการว่า หมายถึง การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ โดยผ่านกิจกรรมหรือการปฏิบัติต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะที่จับต้องไม่ได้ เพื่อให้ผู้รับบริการได้ประโยชน์สูงสุด ทั้งนี้ ผู้ให้บริการอาจเป็นพนักงาน บริษัท หรือระบบการให้บริการที่จัดไว้ก็ได้

### 3.1.2 ลักษณะเฉพาะของการบริการ

ไซธามิล (Zeithaml Parasuraman and Berry, 1990, p. 15) ได้สรุปลักษณะเฉพาะของการบริการซึ่งแตกต่างจากลักษณะสินค้า ดังนี้

1. บริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (intangible) ไม่สามารถสัมผัสได้โดยตรง แต่สามารถรับรู้ได้จากการปฏิบัติงาน

2. บริการมีความแตกต่างในตนเอง (Heterogeneous) การให้บริการมีรูปแบบการให้บริการที่แตกต่างหลากหลาย ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ผู้รับบริการและช่วงเวลาให้บริการ ดังนั้น การรับประกันความคงที่ของพฤติกรรมบริการทำได้ยาก

3. บริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ (inseparable) เหมือนกับสินค้าที่เริ่มต้นจากระบบการผลิต แล้วจึงเข้าสู่กระบวนการขายและถึงขั้นบริโภค แต่บริการ การผลิต การส่งมอบ และการบริโภคบริการนั้นเกิดขึ้นพร้อมกัน ดังนั้น คุณภาพการบริการจึงไม่ได้ถูกสร้างขึ้นจากในโรงงาน แต่เกิดขึ้นเมื่อมีการให้บริการกับผู้รับบริการ

4. บริการไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perishability) เนื่องจากการผลิตและการส่งมอบบริการจะเกิดขึ้นพร้อมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต่างกัน ดังนั้น จึงไม่สามารถผลิตบริการไว้ล่วงหน้าแล้วเก็บรักษาเพื่อส่งมอบหรือจำหน่ายในภายหลังได้เหมือนสินค้า

นอกจากนั้น ซีเพียล และคณะ (Czepiel, et al., 1985 อ้างถึงใน ธานีรินทร์ สุวงศ์วาน 2541, น. 48-49) ได้กล่าวถึงลักษณะเฉพาะบางประการของการบริการ โดยอธิบายถึงปฏิสัมพันธ์ (interaction) ที่เกิดขึ้นในการบริการว่ามีความแตกต่างจากปฏิสัมพันธ์ทางสังคมทั่วไปซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการและผู้ให้บริการ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างมีจุดมุ่งหมาย มิได้เกิดขึ้นด้วยความบังเอิญ เช่น ลูกค้าต้องการคำแนะนำในโปรแกรมการท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการก็ต้องทำหน้าที่แนะนำและให้ข้อมูลเกี่ยวกับโปรแกรมการท่องเที่ยว

2. การติดต่อสัมพันธ์กันไม่จำเป็นต้องอาศัยความคุ้นเคยหรือรู้จักกันมาก่อน และการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้รับบริการและผู้ให้บริการ เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับงาน ส่วนข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องกับการบริการอาจจะมีการแลกเปลี่ยนบ้างเพียงเล็กน้อย

3. ผู้รับบริการและผู้ให้บริการจะมีบทบาทของตน ซึ่งได้รับการกำหนดอย่างชัดเจน แต่แต่ละฝ่ายจะต้องสวมบทบาทของตนเพื่อให้ปฏิสัมพันธ์ดำเนินไปอย่างราบรื่น ทั้งนี้บทบาทของแต่ละฝ่ายจะสอดคล้องกับความคาดหวังของอีกฝ่ายหนึ่งด้วย เช่น ลูกค้าย่อมคาดหวังว่า ทัศนคติของตนจะทำหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีจรรยาบรรณ ส่วนนายก็ย่อมคาดหวังว่าลูกค้าของตนจะให้ข้อเท็จจริงและความร่วมมือในการต่อสู้คดีอย่างเต็มที่

### 3.2 คุณภาพการให้บริการ

นักวิชาการและนักวิจัยหลายท่านได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการหลายด้าน ดังต่อไปนี้

พาราซูรามานและคณะ (Parasuraman, et al., 1990 p.18 ) ได้ให้ความหมาย คุณภาพการให้บริการว่าหมายถึง ความพอใจของผู้รับบริการเมื่อผู้รับบริการได้รับการจากผู้ให้บริการ ตามที่คาดไว้หรือเหนือกว่าที่คาดไว้

การ์เว็น (Garvin อ้างถึงใน บังอร คนกลาง, 2546, น. 23) ได้ให้ความหมายคุณภาพการให้บริการว่าหมายถึง บริการที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุด

ฟิทซิมมอนส์และฟิทซิมมอนส์ (Fitzimmons and Fitzimmons, 1994, p. 189) ได้ให้ความหมายคุณภาพการให้บริการว่าหมายถึง การกระทำใดของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจตามที่ผู้รับบริการปรารถนาหรือตามที่ได้คาดไว้

อนุวัฒน์ ศุภชุตินกุล และคณะ (2542) ได้ให้ความหมายคุณภาพการให้บริการว่า หมายถึง การตอบสนองความต้องการลูกค้าให้ถูกต้องตามความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการโดยอยู่บนพื้นฐานของมาตรฐานวิชาชีพ

จากความหมายข้างต้นผู้วิจัยได้สรุปความหมายของคุณภาพการให้บริการว่า หมายถึง ความสามารถของผู้ให้บริการที่จะตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการตามที่ได้คาดหวังไว้เพื่อทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ

### 3.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

เนื่องจากคุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งที่สำคัญ สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและสร้างความจงรักภักดีของลูกค้าต่อธุรกิจได้ อันนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน

ทางธุรกิจ ดังนั้นจึงมีนักวิชาการและนักวิจัยทางการตลาดหลายท่านได้ศึกษาถึงคุณภาพในการให้บริการ ซึ่งผู้วิจัยรวบรวมไว้ดังนี้

กรอนรูส์ (Gronroos, 1982, quoted in Prasuraman, et al., 1985, p. 43) ได้อธิบายว่าคุณภาพการให้บริการแบ่งออกเป็นสองส่วน คือ

- 1) คุณภาพด้านเทคนิค (technical quality) หมายถึง สิ่งที่ถูกค่าจะได้รับเมื่อมาใช้บริการ เช่น อุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการให้บริการ
- 2) คุณภาพด้านหน้าที่ของผู้ให้บริการ (functional quality) หมายถึง กิริยาท่าทางของผู้ให้บริการที่ส่งตรงถึงลูกค้า เช่น มีความสุภาพอ่อนน้อม

เลททิเนน และเลททิเนน (Lehtinen and Lehtinen, 1982, quoted in Prarsuraman, et al., 1985, p. 43) ได้อธิบายว่าคุณภาพการให้บริการ แบ่งออกเป็นสามส่วนคือ

- 1.) คุณภาพที่ปรากฏให้เห็น (physical quality) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่มองเห็นในการให้บริการ ได้แก่ เครื่องมือปฏิบัติงานและอุปกรณ์อำนวยความสะดวก
- 2.) คุณภาพในการดำเนินการ (corporate quality) หมายถึง การดำเนินงานที่มีคุณภาพของธุรกิจ เช่น ภาพพจน์ที่ดีของบริษัทและผลกำไรของบริษัท
- 3.) คุณภาพในการปฏิสัมพันธ์ของผู้ให้บริการ (interactive quality) หมายถึง การแสดงออกของผู้ให้บริการขณะให้บริการด้วยความเอาใจใส่และเป็นมิตร

พาราซุรามาน, ไชธาเมิล และเบอรี่ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1990 p. 23) ได้ทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการโดยทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) เป็นเวลานาน 7 ปี (ตั้งแต่ปี 1983-1990) และได้กำหนดมิติที่จะใช้วัดคุณภาพการให้บริการออกเป็น 10 ด้าน ตามการรับรู้และคาดหวังของผู้รับบริการ เรียกว่า SERVQUAL ซึ่งต่อมาพบว่าคุณภาพการให้บริการบางมิติมีความคาบเกี่ยวกัน ดังนั้นเพื่อวัดคุณภาพการให้บริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น พาราซุรามานและคณะจึงลดเกณฑ์ในการวัดคุณภาพการให้บริการจาก 10 ด้าน เหลือเพียง 5 ด้าน ดังนี้

- 1.) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ สถานที่ อุปกรณ์อำนวยความสะดวก เครื่องมือ อุปกรณ์ติดต่อสื่อสาร และผู้ให้บริการ
- 2.) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการได้ตามที่สัญญาไว้กับผู้รับบริการอย่างถูกต้องเหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ

ความสม่ำเสมอจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

3.) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ ซึ่งสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที

4.) ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงความรู้และความสามารถขณะให้บริการด้วยกิจกรรมยาทที่สุภาพอ่อนน้อม

5.) ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการแต่ละคนที่มีความต้องการแตกต่างกันได้

สำหรับในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาคุณภาพการให้บริการตามแนวคิดของ พาราซุรามานและคณะ เนื่องจากพาราซุรามานและคณะศึกษาคุณภาพการให้บริการเป็นเวลานาน และมาตรวัดคุณภาพการให้บริการ SERVQUAL เมื่อวัดความเที่ยงได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ .92 ซึ่งถือว่าสูงมากจึงเหมาะกับการวิจัยและผู้วิจัยได้ให้ความหมายคุณภาพการให้บริการสำหรับการวิจัยครั้งนี้ว่า เป็นความสามารถในการให้บริการของพนักงานซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้ตามการรับรู้ของหัวหน้างาน โดยผู้วิจัยวัดคุณภาพการให้บริการเพียง 4 ด้าน โดยไม่ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (tangibility) เนื่องจาก 1) ประชากรที่ผู้วิจัยทำการศึกษบางส่วนเป็นพนักงานที่ให้บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ที่ไม่ได้เจอหน้า (fact to face) กับลูกค้าโดยตรง 2) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ สถานที่ อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ให้บริการแก่ลูกค้า องค์การเป็นผู้จัดเตรียมไว้แล้วมิได้เกิดจากจัดเตรียมของพนักงานจึงวัดคุณภาพด้านนี้ได้ยาก ดังนั้นเพื่อความสมบูรณ์และได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ผู้วิจัยจึงไม่ศึกษาคุณภาพการให้บริการในด้านนี้

#### 4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานการวิจัย

##### 4.1 งานวิจัยที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการมองโลกในแง่ดีและคุณภาพการให้บริการ

ซีลิกแมน (Seligman, 1991, pp. 99-106) ได้ทำงานร่วมกับบริษัทประกันชีวิต เมโทรโพลิเลียน (Metropolitan) เป็นเวลานาน 5 ปี โดยทำการวิจัยกับพนักงานขายประกันชีวิตของบริษัทเมโทรโพลิเลียน จำนวน 200 คน และใช้สอบถามรูปแบบการอธิบายสถานการณ์

(Attributional Style Questionnaire หรือ ASQ) เพื่อวัดการมองโลกในแง่ดีของพนักงานขาย ประกันชีวิต ผลการศึกษาพบว่า พนักงานขายที่มองโลกในแง่ดีจะประสบความสำเร็จในการติดต่อกับลูกค้าและมียอดขายประกันมากกว่าพนักงานที่มองโลกในแง่ร้าย โดยพนักงานขายที่มองโลกในแง่ดีระดับสูงจะขายประกันได้มากกว่าพนักงานที่มองโลกในแง่ร้ายถึง 88 เปอร์เซ็นต์ และพนักงานที่มองโลกในแง่ร้ายจะมีอัตราการลาออกมากกว่าพนักงานที่มองโลกในแง่ดีถึง 3 เท่า

สตรัทและลัมคิน (Strutton and Lumpkin, 1993, pp. 71-82) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การมองโลกในแง่ดีกับรูปแบบการจัดการกับปัญหา (Coping Styles) ของบุคคล โดยศึกษากับพนักงานขาย จำนวน 101 คนในธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ และอุตสาหกรรมอุปกรณ์ทางการสื่อสาร ซึ่งอุตสาหกรรมทั้งสามมีลักษณะที่เหมือนกัน คือ ต้องดำเนินการผลิตและให้บริการกับลูกค้า ผลการศึกษา พบว่า บุคคลที่มองโลกในแง่ดีจะมีรูปแบบการจัดการกับปัญหาโดยมุ่งจัดการกับสาเหตุของปัญหา เช่น แก้ปัญหาโดยการเผชิญหน้า ใช้การควบคุมตนเอง เช่น ไม่แสดงอารมณ์โกรธต่อลูกค้า แสดงความรับผิดชอบต่อปัญหาและพยายามไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดแบบเดิมอีก ส่วนบุคคลที่มองโลกในแง่ร้ายจะมีรูปแบบการจัดการกับปัญหาโดยมุ่งใช้อารมณ์ เช่น หลีกเลี่ยงปัญหาโดยให้คนอื่นแก้ปัญหาแทน ดังนั้นจากการศึกษาดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า การมองโลกในแง่ดีจะมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการจัดการกับปัญหาในธุรกิจการผลิตและให้บริการ

ซูเจน (Sujan, 1999, pp. 17-33) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมองโลกในแง่ดีและความสามารถในการปรับตัวของบุคคล ลักษณะของการวิจัยเป็นการรวบรวมงานวิจัยที่ผ่านมาที่เกี่ยวข้องกับการมองโลกในแง่ดีเพื่อที่จะพัฒนาและปรับปรุงความสามารถของพนักงานขาย ผลการศึกษาพบว่า การมองโลกในแง่ดีทำให้บุคคลเรียนรู้เป้าหมายต่าง ๆ ในชีวิตและพร้อมที่จะปรับตัวให้บริการกับลูกค้า ปรับตัวให้เข้ากับหัวหน้างานและสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงาน โดยบุคคลจะสังเกตความต้องการของลูกค้า หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน บุคคลจะตอบสนองอย่างเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน โดยแสดงออกทางคำพูด (Verbal Behaviors) แสดงออกด้วยท่าทาง (Non-Verbal Behaviors) และแสดงออกทางอารมณ์ เช่น พูดแสดงความช่วยเหลือ มีสีหน้ายิ้มแย้ม กุ๊กกุกจอกที่จะช่วยเหลือ และมีอารมณ์ที่ดี ไม่แสดงอารมณ์ที่หงุดหงิด

ลูธานส์, แลปแซค และ แลปแซค (Luthans, Lebsack and Lebsack, 2002, pp. 305-320) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมองโลกในแง่ดีกับผลการปฏิบัติงาน 3 ด้าน คือ

1. การปฏิบัติงานในภาพรวมทั้งหมด
2. การปฏิบัติงานในหน้าที่ตามภารกิจ (mission) และ

เป้าหมาย (goal) ที่โรงพยาบาลกำหนดไว้ 3. การบริการที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยให้หัวหน้างานเป็นผู้ประเมินผลการปฏิบัติงาน กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นพยาบาลจำนวน 92 คน ซึ่งปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีเดส สหรัฐอเมริกา จากการวิเคราะห์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ พบว่า การมองโลกในแง่ดี มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานทั้งสามด้าน คาเมรอน, ไบรซ์ และคาซ่า (Cameron, Bright and Caza, 2004, pp. 1-24) ได้ศึกษาทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะที่ดีในตัวบุคคล (virtuousness) 5 ลักษณะ คือ การมองโลกในแง่ดี ความรับผิดชอบ ความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น ความซื่อสัตย์ และการรู้จักให้อภัย และผลการปฏิบัติงานใน 4 ลักษณะ คือ ความคิดสร้างสรรค์ คุณภาพทั่วไปของงาน การเอาใจใส่ต่อลูกค้า และความต้องการลาออกจากองค์กร โดยทำการศึกษากับพนักงานใน 52 องค์กร ซึ่งอยู่ในธุรกิจอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน ได้แก่ ธุรกิจขายปลีก ธุรกิจเหล็กกล้า ธุรกิจผู้ผลิตรถยนต์ ธุรกิจผู้ผลิตทั่วไป ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจการให้คำปรึกษา ธุรกิจการให้บริการสาธารณะและสถานให้บริการทางสังคม จำนวน 1,437 คน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจและเก็บข้อมูลงานวิจัย 2 ลักษณะ คือ 1. ส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างทางอีเมล 2. แจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบและส่งกลับผู้วิจัยทางแฟกซ์ ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะที่ดีของบุคคลด้านการมองโลกในแง่ดี ด้านความซื่อสัตย์ และด้านการรู้จักให้อภัย มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานในด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านคุณภาพทั่วไปของงาน และด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า และมีความสัมพันธ์ทางลบกับความต้องการลาออกจากองค์กร ส่วนลักษณะที่ดีของบุคคลในด้านความรับผิดชอบและด้านความเห็นอกเห็นใจผู้อื่นมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความต้องการลาออกจากองค์กร นอกจากนี้ยังพบว่า บุคคลที่มีลักษณะที่ดีทั้ง 5 ลักษณะในระดับสูงจะทำยอดขายและสร้างกำไรให้กับองค์กรจำนวนมากด้วย

#### 4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความสุขและคุณภาพการให้บริการ

จอร์จ (George, 1991, pp. 229-307) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสุข ผลการปฏิบัติงานและพฤติกรรมทางสังคม (Prosocial Behaviors) ในที่ทำงานสองพฤติกรรม คือ 1. พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีในองค์กร ซึ่งไม่ใช่พฤติกรรมที่องค์กรมอบหมาย 2. พฤติกรรมทำงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย สำหรับในการศึกษาคั้งนี้พฤติกรรมการทำงานตามหน้าที่ คือ พฤติกรรมการให้บริการลูกค้า โดยหัวหน้างานเป็นผู้ประเมินพฤติกรรมทั้งสอง พฤติกรรม กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นพนักงานขายในร้านเสื้อและในร้านขายเครื่องใช้ภายในบ้านจำนวน 565 คน ซึ่งลักษณะงานของพนักงานเหล่านั้นจะคล้ายคลึงกันคือ ต้องให้บริการและ

ขายสินค้าให้กับลูกค้า ผลการศึกษาค้นพบว่า ความสุขมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีในองค์กร เช่น การให้ความช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานเมื่อเกิดปัญหาในการปฏิบัติงาน และความสุขมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการให้บริการลูกค้า เช่น คอยช่วยเหลือและให้คำแนะนำแก่ลูกค้า และพฤติกรรมการให้บริการลูกค้าที่ดีมีผลทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นด้วย

จอร์จ (George, 1995, pp. 778-794) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสุขและผลการปฏิบัติงานของกลุ่มในการให้บริการลูกค้า กลุ่มตัวอย่างมี 2 กลุ่ม กลุ่มแรกเป็นหัวหน้าฝ่ายขายจำนวน 64 คน ในธุรกิจขายปลีกหลัก 8 ธุรกิจของอเมริกา โดยหัวหน้าฝ่ายขายแต่ละคนมีลูกน้องที่เป็นพนักงานขายจำนวน 4-9 คน กลุ่มสอง เป็นผู้จัดการสาขาในธุรกิจขายปลีกที่เป็นผู้ประเมินผลการปฏิบัติงานในการให้บริการลูกค้าของกลุ่มฝ่ายขายแต่ละกลุ่มจำนวน 64 คน โดยทั้งสองกลุ่มตอบแบบสอบถามของกลุ่มตนเองและส่งคืนผู้วิจัยทางไปรษณีย์ จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติสหสัมพันธ์และการถดถอยพบว่า ความสุขมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของกลุ่มในการให้บริการลูกค้า โดยหัวหน้าฝ่ายขายที่รายงานถึงความสุขของตนเองจะแสดงพฤติกรรมช่วยเหลือลูกค้าซึ่งเป็นแบบอย่างที่ดีในการทำงาน ทำให้ลูกน้องในกลุ่มปฏิบัติตามอย่าง

มาร์เกิน และอะฮารอนิก (Magen and Aharoni, 1991, pp. 126-143) ศึกษาความสุขและความพึงพอใจในชีวิตของบุคคลกับพฤติกรรมทางสังคมที่ดีและการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนระดับมัธยมปลายจำนวน 260 คน จากการศึกษาวิเคราะห์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์พบว่า 1.) ความสุขและความพึงพอใจในชีวิตมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมทางสังคมที่ดี เช่น ความปรารถนาที่จะช่วยเหลือผู้อื่น 2.) ความสุขและความพึงพอใจในชีวิตมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม เช่น การทำงานเป็นทีม

ไรบาย และสลี (Rigby and Slee , 1993 pp. 33-42 ) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสุข การยอมรับนับถือในตนเองและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนจำนวน 1,162 คน ซึ่งมาจาก โรงเรียนสองโรงเรียนที่ตั้งอยู่ชานเมืองของประเทศออสเตรเลีย จากการศึกษาวิเคราะห์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ พบว่า 1.) ความสุขมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับนับถือในตนเอง 2.) ความสุขและการยอมรับนับถือในตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมทางสังคม นั่นคือ บุคคลที่มีความสุขและยอมรับนับถือในตนเอง จะมีพฤติกรรมทางสังคมที่ดี เช่น มีความยินดีที่ได้ช่วยเหลือผู้อื่น

ครูซเจอร์, ฮิกซ์และแม็กกีว (Krueger, Hicks and McGue, 2001, pp. 397-402)

ศึกษาพฤติกรรมทำให้ความช่วยเหลือ (Altruism) พฤติกรรมต่อต้านสังคม (Antisocial Behavior) และอารมณ์ความรู้สึกของบุคคล 3 ลักษณะ คือ 1. ความสุข 2. ความเครียดและความก้าวร้าว 3. ความรู้สึกที่ถูกบีบบังคับ (Constraint) เช่นความรู้สึกของบุคคลที่ต้องอยู่ในกรอบจารีตประเพณี กลุ่มตัวอย่างเป็นฝาแฝดชายที่เกิดระหว่างปี 1961 ถึงปี 1964 จำนวน 276 คู่ ที่ถูกบันทึกในรายชื่อฝาแฝดที่เกิดในรัฐเมนไอซ์ด้า นอกจากนั้นเป็นคนที่ไม่มีฝาแฝดอีก 121 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 673 คน อายุเฉลี่ยประมาณ 33 ปี จากการวิเคราะห์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ พบว่า

- 1.) ความสุขมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมให้ความช่วยเหลือสังคม ได้แก่ การให้ความช่วยเหลือในการปฏิบัติงานขององค์กร ช่วยเหลือเพื่อนและบุคคลที่รู้จักรวมถึงบุคคลที่ไม่รู้จักด้วย
- 2.) ความเครียดและความก้าวร้าวมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมให้ความช่วยเหลือสังคมแต่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมต่อต้านสังคม
- 3.) ความรู้สึกที่ถูกบีบบังคับมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมต่อต้านสังคม นั่นคือ บุคคลที่มีความสุขจะให้ความช่วยเหลือผู้อื่นตรงกันข้ามบุคคลที่มีความเครียดและก้าวร้าวจะต่อต้านสังคมและให้ความช่วยเหลือผู้อื่นน้อย

#### 4.3 งานวิจัยที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการมองโลกในแง่ดีและความสุข

ลูคัส, ดีเนอร์ และซูท (Lucas, Diener and Suh, 1996, pp. 616-628) ศึกษาทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างความสุข การยอมรับนับถือในตนเองและการมองโลกในแง่ดี โดยทำการศึกษาทั้งหมด 3 ครั้ง **ครั้งที่ 1** กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นนักศึกษาคณะจิตวิทยา ชั้นปีที่หนึ่งจำนวน 212 คน ให้นักศึกษาตอบแบบสอบถามเพื่อวัดความสุข การยอมรับนับถือในตนเอง และการมองโลกในแง่ดี ผลการศึกษา พบว่า ความสุขมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมองโลกในแง่ดี และความสุขมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับนับถือในตนเอง **ครั้งที่ 2** กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาคณะจิตวิทยา กลุ่มเดิมที่ใช้ศึกษาในครั้งที่ 1 ซึ่งเลื่อนชั้นขึ้นมาเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 จำนวน 109 คน ในการศึกษาครั้งนี้ นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามเพื่อวัดความสุข การยอมรับนับถือในตนเองและการมองโลกในแง่ดีจะได้รับค่าตอบแทนสำหรับการทำแบบสอบถามคนละ 20-25 ดอลลาร์ ผลการศึกษา พบว่า ความสุขมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมองโลกในแง่ดี และความสุขมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับนับถือในตนเอง **ครั้งที่ 3** กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาคณะจิตวิทยาที่เพิ่งเข้ามาใหม่จำนวน 172 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างเดียวกับที่ใช้ศึกษาในครั้งที่ 1 และ ครั้งที่ 2 ผลการศึกษาที่ได้เหมือนในครั้งที่ 1

และครั้งที่ 2 คือ ความสุขมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมองโลกในแง่ดี และความสุขมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับนับถือในตนเอง จากการศึกษาดังกล่าวทั้งสามครั้งสามารถสรุปได้ว่า ความสุข การยอมรับนับถือในตนเองและการมองโลกในแง่ดีมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในทางบวก

มาร์กาเรตต้าและโอลิเวอร์ (Magaletta and Oliver, 1999, pp. 539-551) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความหวัง (Hope) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) การมองโลกในแง่ดีและความสุขทั่วไป (General Well – Being) ของบุคคล กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาคณะจิตวิทยาของมหาวิทยาลัยคาทอลิกขนาดกลางในมิดเวสต์ (Midwest) จำนวน 204 คน จากการวิเคราะห์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ พบว่า ความหวังมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้ความสามารถของตนเองและการมองโลกในแง่ดี นอกจากนี้เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสามกับความสุขทั่วไปของบุคคล พบว่า ความหวัง การรับรู้ความสามารถของตนเองและการมองโลกในแง่ดีมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสุขทั่วไปของบุคคล

แอดเลอร์และแฟ็กเลอร์ (Adler and Fagley, 2005, pp. 79-113) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกซาบซึ้ง (Appreciation) ของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เช่น ความรู้สึกต่อศาสนา ความรู้สึกกตัญญูรู้คุณ ความรู้สึกที่ดีกับคนรอบข้าง กับความสุขของบุคคล การมองโลกในแง่ดี และการตระหนักรู้ในอารมณ์ของตนเอง (Emotion Self-awareness) กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาลที่ตั้งอยู่ทางตะวันออกเฉียงเหนือของสหรัฐอเมริกา จำนวน 421 คน จากการวิเคราะห์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ พบว่า ความรู้สึกซาบซึ้งของบุคคลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสุข การมองโลกในแง่ดีและการตระหนักรู้ในอารมณ์ของตนเอง และเมื่อทำการศึกษาต่อโดยใช้สถิติสหสัมพันธ์และสมการถดถอยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการมองโลกในแง่ดี การตระหนักรู้ในอารมณ์ของตนเองกับความสุข พบว่า การมองโลกในแง่ดีและการตระหนักรู้ในอารมณ์ของตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสุข

ไลโบมิสกี, แทช, ดิเมทเทโอ และแลปเปอร์ (Lyubomirsky, Tkach, Dimatteo and Lepper, (in press) quoted in Lyubomirsky et al., 2005, pp. 803-855 ) ศึกษาทิศทางความสัมพันธ์ระหว่าง ความสุข การยอมรับนับถือในตนเอง การมองโลกในแง่ดี ความสามารถในการจัดการความรู้สึก (Sense of Mastery) และความพึงพอใจในด้านต่างๆ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาคณะจิตวิทยา จำนวน 621 คน ผลการศึกษา พบว่า ความสุขมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับนับถือในตนเอง การมองโลกในแง่ดี ความสามารถในการจัดการความรู้สึกและความพึงพอใจในด้านต่างๆ เช่น พึงพอใจกับครอบครัว กับเพื่อน และสุขภาพของตน

## 5. สรุปผลการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย

### 5.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการมองโลกในแง่ดีและคุณภาพการให้บริการ

ลูธานส์ (Luthans, 2001-2002, quoted in Porter, Bigley and Steers, 2003, p. 187) กล่าวว่า บุคคลที่มองโลกในแง่ดีจะมีแรงจูงใจที่ดีในการทำงาน จึงเหมาะกับงานที่ต้องพบปะติดต่อกับลูกค้าหรือคนภายนอก เช่น งานบริการทางธุรกิจ งานบริการทางสาธารณะและสังคม รวมทั้งงานการขาย ซึ่งเห็นได้จากงานวิจัยของหลาย ๆ ท่าน ได้แก่ คาเมรอน, ไบรท์ และคาซ่า (Cameron, Bright and Caza, 2004, pp. 1-24) พบว่า การมองโลกในแง่ดีจะส่งผลให้เกิดคุณภาพการให้บริการ มีการเอาใจใส่ต่อลูกค้า ลูกค้ารู้สึกประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก ส่งผลให้องค์การมียอดขายที่เพิ่มขึ้นด้วย ลูธานส์, แลปแซค และ แลปแซค (Luthans, Lebsack and Lebsack, 2002, pp. 305-320) พบว่า การมองโลกในแง่ดีส่งผลให้เกิดคุณภาพการให้บริการทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้ ซีลิกแมน (Seligman, 1991, pp. 99-106) พบว่า การมองโลกในแง่ดีทำให้ประสบความสำเร็จในการติดต่อกับลูกค้าและมียอดขายที่มากกว่า การมองโลกในแง่ร้าย ซูเจน (Sujan, 1999, pp. 17-33) พบว่า การมองโลกในแง่ดีส่งผลต่อความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าโดยสังเกตความต้องการของลูกค้าและตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการช่วยเหลือและแนะนำบริการที่ดี นอกจากนี้ การมองโลกในแง่ดีส่งผลให้บุคคลแก้ปัญหาที่ต้นเหตุของปัญหามากกว่าแก้ปัญหาโดยใช้อารมณ์ มุ่งแก้ปัญหาโดยการเผชิญหน้าโดยใช้การควบคุมตนเอง เช่น ไม่แสดงอารมณ์โกรธต่อลูกค้า แสดงความรับผิดชอบต่อปัญหาและพยายามไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดแบบเดิมอีก (Strutton and Lumpkin, 1993, pp.71-82)

จากการรวบรวมงานวิจัยดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยคาดว่า การมองโลกในแง่ดีและคุณภาพการให้บริการจะมีความสัมพันธ์ต่อกัน ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การมองโลกในแง่ดีมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการ

### 5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างความสุขและคุณภาพการให้บริการ

จากการศึกษางานวิจัยไม่พบการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสุขและคุณภาพการให้บริการโดยตรง แต่พบงานวิจัยของ จอร์จ (George, 1991, pp. 299-307) และจอร์จ (George, 1995, pp. 778-794) ที่พบว่าความสุขจะทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมการให้บริการลูกค้าอย่างเหมาะสม มอร์เกินและฮาโรนิก (Magen and Aharoni, 1991, pp. 126-143)

ครูซเจอร์, ฮิกซ์ และแม็กกีว (Krueger, Hicks and McGue, 2001, pp. 397-402) พบว่า ความสุขจะส่งผลให้บุคคลมีพฤติกรรมทางสังคมที่ดี มีความปรารถนาที่จะช่วยเหลือผู้อื่น นอกจากนั้น วิลเลียมและเซาว์ (Williams and Shiaw, 1999, pp. 656-668) บอร์แมน, เพ็นเนอร์, อลัน และโมโทวิลโด (Borman, Penner, Allen and Motowildo, 2001, pp. 52-69) ยังพบว่า ความสุขทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (Organizational Citizenship Behavior) โดยมีพฤติกรรมด้านการให้ความช่วยเหลือผู้อื่น (Altruism) มากที่สุด

การรวบรวมงานวิจัยดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า ความสุขจะทำให้บุคคลมีอารมณ์ ความรู้สึกยินดีและเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการลูกค้า ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการลูกค้าส่งผลทำให้เกิดคุณภาพการให้บริการที่ดีได้ ดังนั้น ผู้วิจัยคาดว่าความสุขจะมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการ ดังนั้นเพื่อพิสูจน์ข้อคิดเห็นของผู้วิจัย ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 ความสุขมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการ

### 5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการมองโลกในแง่ดีและความสุข

จากการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับการมองโลกในแง่ดีและความสุข ของ ลูคัส ,ดีเนอร์ และซุท (Lucas, Diener and Suh, 1996, pp. 616-628) มาร์กาเรตต้าและโอลิเวอร์ (Magaletta and Oliver, 1996, pp. 539-551) แอดเลอร์และแฟ็กเลอร์ (Adler and Fagley, 2006, pp. 79-113) ลัมโบมิสกี , ทแร็ก , ดีแมททิโอและแล็บเปอ (Lyubomirsky, Tkach, DiMatteo and Lepper Quoted in Lyubomirsky, King and Piener, 2005) พบว่า การมองโลกในแง่ดีมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสุข

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมองโลกในแง่ดีและความสุข เพราะการมองโลกในแง่ดีและความสุขมีลักษณะที่แตกต่างกัน (Luccus, Diener and Suh, 1996 อ้างถึงใน นฤมล ฝ่องใส, 2544, น. 9) และผู้วิจัยคาดว่าถ้าการมองโลกในแง่ดีกับความสุขมีความสัมพันธ์กันจะสามารถสร้างคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นได้ นอกจากนี้ งานวิจัยเกี่ยวกับการมองโลกในแง่ดีและความสุขส่วนใหญ่เป็นการวิจัยในต่างประเทศและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นนักเรียนมีส่วนน้อยที่ศึกษากับพนักงานในองค์กร ดังนั้นเพื่อพิสูจน์ข้อสรุปงานวิจัยในอดีตและพัฒนาบุคลากรและองค์กรที่ดำเนินธุรกิจการให้บริการในประเทศ ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 การมองโลกในแง่ดีมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสุข

#### 5.4 ตัวแปรพยากรณ์

จากสมมติฐานที่ 1 และสมมติฐานที่ 2 ผู้วิจัยคาดว่า การมองโลกในแง่ดีและความสุข มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการ ดังนั้นเมื่อใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ตัวแปรการมองโลกในแง่ดีและความสุขอย่างน้อย 1 ตัวแปรควรจะสามารถทำนายคุณภาพการให้บริการได้ ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 4 การมองโลกในแง่ดีและความสุขอย่างน้อย 1 ตัวแปรสามารถทำนายคุณภาพการให้บริการได้

#### สรุปสมมติฐานการวิจัย

**สมมติฐานที่ 1** การมองโลกในแง่ดีมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการ

**สมมติฐานที่ 2** ความสุขมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการ

**สมมติฐานที่ 3** การมองโลกในแง่ดีมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสุข

**สมมติฐานที่ 4** การมองโลกในแง่ดีและความสุขอย่างน้อย 1 ตัวแปรสามารถทำนายคุณภาพการให้บริการได้