

บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎี และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้าเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ และคุณภาพการให้บริการ โดยผู้วิจัยขอเสนอหัวข้อต่างๆ ดังนี้

1. ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ
 - 1.1 ความหมายพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ
 - 1.2 แนวคิดของพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ
 - 1.3 พฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การกับความมีประสิทธิภาพในองค์การ
2. ความหมายของคุณภาพการให้บริการ
 - 2.1 ความหมายของการบริการและคุณภาพการให้บริการ
 - 2.2 ความสำคัญของงานบริการกับธุรกิจ
 - 2.3 ลักษณะเฉพาะของการบริการ
 - 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ
3. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การกับคุณภาพการให้บริการ
4. สรุปผลการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย

1. ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ

1.1 ความหมายของพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ

มีนักวิชาการและนักวิจัยหลายท่านได้ให้คำนิยามความหมายของพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การไว้หลายด้าน ดังนี้

ความหมายของพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ในลักษณะการให้ความร่วมมือ การอาสาเข้าร่วมกิจกรรมขององค์การ มีดังนี้

เบอ์นาร์ด์ คาทซ์ และคานัน (Barnard, 1983 and Katz and Kahn, 1978) ได้

ให้คำนิยาม พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ หมายถึง พฤติกรรมของสมาชิกในองค์การ อย่างไม่เป็นทางการ (Information Organization) พนักงานกระทำด้วยความเต็มใจ ส่งผลให้เกิด ความร่วมมือ และความมีส่วนร่วมขององค์การ

ลีพิน และคณะ (Lepine et al., 2000, p.52) พฤติกรรมที่แสดงถึงการให้ความร่วมมือ ภายในองค์การ

ความหมายของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ในลักษณะ เป็นพฤติกรรม ที่องค์การและใบพรรณนาลักษณะงานไม่ได้ระบุไว้อย่างเป็นทางการ เกิดขึ้นจากความสมัครใจ ของพนักงาน และเป็นประโยชน์ต่อองค์การ มีดังนี้

สมิท ออร์แกน และเนียร์ (Smith, Organ and Near, 1983) ได้ให้คำนิยาม พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ หมายถึง พฤติกรรมที่เกิดขึ้นเอง นอกเหนือจากหน้าที่ที่ ระบุไว้ พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือการปฏิบัติงานแก่สมาชิกคนอื่นๆในองค์การ หรือการให้ ความสนับสนุนต่อองค์การ

ออร์แกน (Organ, 1997, p.91, 1988, p.4) ได้ให้คำนิยาม พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ ดีขององค์การ หมายถึง พฤติกรรมที่องค์การไม่ได้กำหนดไว้ว่าเป็นหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติ แต่เป็น พฤติกรรมที่สมาชิกตัดสินใจและเต็มใจที่จะปฏิบัติด้วยตนเอง เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์การ ทั้ง นี้การแสดงพฤติกรรมไม่ได้มาจากการให้ผลตอบแทนตามระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน

จอร์จ และบรีฟ (George and Brief, 1993, pp.310-329) ได้ให้คำนิยาม การเป็น สมาชิกที่ดีขององค์การ หมายถึง พฤติกรรมที่ไม่ได้กำหนดไว้อย่างเป็นทางการในใบพรรณนา ลักษณะงาน แต่พนักงานเต็มใจปฏิบัติงานเพื่อช่วยให้การดำเนินงานภายในองค์การมีประสิทธิภาพ

แวน ดายน์ คัมมิงส์และปาร์ค (Van Dyne, Cummings and Parks, 1994, pp.765-802) ได้ให้คำนิยาม พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ หมายถึง พฤติกรรมทาง สังคมในทางบวกที่เป็นประโยชน์ต่อองค์การ และส่งผลให้ผู้อื่นเกิดความรู้สึกในทางที่ดี รวมถึง พฤติกรรมการอาสาเข้าร่วมกิจกรรมที่นอกเหนือจากการทำงานปกติ

บอร์แมน และมอร์โตวิดโล (Borman and Motowidlo, 1997, pp. 99-100) ได้ให้คำ นิยาม พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ หมายถึง กิจกรรมที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติด้วย ความเต็มใจของพนักงาน ซึ่งจะช่วยให้ผู้อื่นเกิดความรู้สึกในทางที่ดี และมีความแตกต่างจากงาน ตามหน้าที่หรืองานที่ได้รับมอบหมาย

เมธี ศรีวิชัยเลิศกุล (2542, น. 11-12) ได้ให้คำนิยาม พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร หมายถึง พฤติกรรมพนักงานที่องค์กรไม่ได้กำหนดไว้เป็นหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติงาน แต่พนักงานเต็มใจปฏิบัติเพื่อองค์กร และเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

จันทร์พา ทัดภูธร (2543, น. 41) ได้ให้คำนิยาม พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร หมายถึง พฤติกรรมของลูกจ้างที่เต็มใจปฏิบัติงาน โดยพฤติกรรมดังกล่าว องค์กรไม่ได้กำหนดไว้ให้ลูกจ้างปฏิบัติและเป็นพฤติกรรมที่ส่งผลต่อความมีประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กร

จากการที่นักวิจัยและนักวิชาการได้ให้ความหมายของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ประกอบกับประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอให้นิยามความหมาย

พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร หมายถึง พฤติกรรมของพนักงานทางด้านบวก ซึ่งองค์กรไม่ได้กำหนดให้เป็นหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติ และไม่เกี่ยวข้องกับระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน แต่เป็นพฤติกรรมที่พนักงานเต็มใจปฏิบัติเพื่อประโยชน์แก่องค์กร

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

ในต่างประเทศมีการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร มามากกว่า 20 ปีและได้รับความสนใจจากผู้ที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานในองค์กร สมิท ออร์แกน และเนียร์ (Smith Organ and Near, 1983) เป็นผู้ริเริ่มทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานที่น่าชื่นชมและเป็นพฤติกรรมในทางบวก จากการสัมภาษณ์ของหัวหน้างาน ผลการสัมภาษณ์พบว่า พฤติกรรมพนักงานที่เป็นไปในทางบวก แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. พฤติกรรมความสำนึกในหน้าที่และปฏิบัติตามกฎระเบียบ (General compliance) หมายถึงพนักงานมีความสำนึกในหน้าที่ ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบขององค์กร และประพฤติตนในทางที่ถูกต้อง เช่น การมาปฏิบัติงานตรงต่อเวลา

2. พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือผู้อื่น (Altruism) หมายถึงการให้ความช่วยเหลือเฉพาะบุคคล หรือเฉพาะสถานการณ์ต่างๆ ด้วยความเต็มใจ เช่น การช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานเมื่อเกิดปัญหา

ในปี 1988 ออร์แกนและเพื่อนร่วมงาน ได้ทำการศึกษา พฤติกรรมนอกเหนือจากหน้าที่ที่องค์กรกำหนดและได้บัญญัติศัพท์พฤติกรรมนี้ว่า “พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร” (Organizational Citizenship Behavior-OCB) เพื่ออธิบายถึงพฤติกรรมของพนักงานที่ปฏิบัติต่อ

องค์การในทางบวก (Active positive contributions) และเป็นประโยชน์ต่อองค์การ ซึ่งองค์การไม่ได้ระบุหรือกำหนดไว้ว่าจะต้องปฏิบัติ และพฤติกรรมนั้นไม่ได้เกิดจากผลตอบแทนตามระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน

ออร์แกน (Organ, 1988, 1990, 1997) ได้จำแนกลักษณะพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1. พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือผู้อื่น (Altruism) หมายถึง พนักงานให้ความช่วยเหลือผู้อื่นด้วยความเต็มใจ การให้คำแนะนำ ปรีกษาแก่เพื่อนร่วมงานใหม่ทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว

2. พฤติกรรมการคำนึงถึงผู้อื่น (Courtesy) หมายถึง พนักงานคำนึงและเคารพสิทธิของผู้อื่น และช่วยคิดหาแนวทางป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้น ปรีกษาหารือกับเพื่อนร่วมงาน และหัวหน้างานก่อนที่จะกระทำสิ่งใดๆ เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบตามมาภายหลัง

3. พฤติกรรมความอดทน อดกลั้น (Sportmanship) หมายถึง พนักงานมีความอดทน อดกลั้นต่อการทำงานที่ไม่สามารถจะหลีกเลี่ยงได้ เช่น ความเครียดและปัญหาต่างๆจากการทำงาน โดยไม่ต้องการเรียกร้องสิทธิ หรือร้องทุกข์ใดๆ

4. พฤติกรรมความสำนึกในหน้าที่ (Conscientiousness) หมายถึง พนักงานสนองนโยบายขององค์การ และปฏิบัติตามวัฒนธรรม ค่านิยมและระเบียบที่องค์การกำหนดไว้

5. พฤติกรรมการให้ความร่วมมือ การมีส่วนร่วม (Civic Virtue) หมายถึง พนักงานมีความรับผิดชอบและมีส่วนร่วมต่อการดำเนินงานภายในองค์การ แสดงความคิดเห็นในที่ประชุมอย่างสร้างสรรค์

แวน คัมมิง และปาร์ค วิลเลียม และแอนเดอร์สัน (Van Dyne, Cumming and Parks, 1995; Williams and Anderson, 1991, pp.215-285) ได้นำลักษณะพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การแนวคิดของออร์แกนทั้ง 5 ด้าน มาจัดเป็นกลุ่มพฤติกรรมได้ 2 ลักษณะ ดังนี้

1. พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การที่เป็นประโยชน์แก่สมาชิกโดยตรงในองค์การ ได้แก่ พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือผู้อื่น และพฤติกรรมการคำนึงถึงผู้อื่น

2. พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การที่เป็นประโยชน์แก่องค์การโดยรวม ได้แก่ พฤติกรรมความอดทน อดกลั้น พฤติกรรมความสำนึกในหน้าที่และพฤติกรรมการให้ความร่วมมือต่อกิจกรรมขององค์การ

นอกจากนี้เกรแฮม (Graham, 1991, p.255) ได้เพิ่มเติมคุณลักษณะพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในเชิงการเมือง โดยได้แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

1. พฤติกรรมที่มีลักษณะเชื่อฟังองค์การ (Behavior obedience) เช่น พฤติกรรมที่แสดงถึงความเคารพต่อกฎระเบียบขององค์การ เช่น การมาทำงานตรง ต่อเวลา (punctuality) การทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเสร็จสมบูรณ์ รวมถึงความรับผิดชอบในการดูแล และจัดสรรทรัพยากรขององค์การเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2. พฤติกรรมที่แสดงถึงความจงรักภักดีต่อองค์การ (Behavior loyalty) เช่น การพูดจาชื่นชมองค์การในทางที่ดีแก่บุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์การ

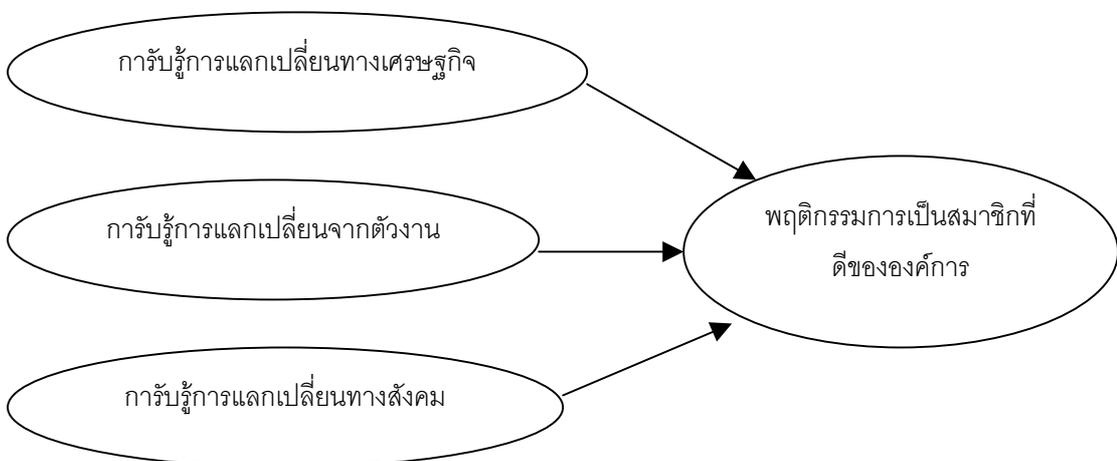
3. พฤติกรรมแสดงถึงความมีส่วนร่วม (Behavior participation) เช่น การเข้าร่วมประชุมด้วยความเต็มใจ และการร่วมแสดงความคิดเห็นร่วมกับคนอื่น ๆ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ

ออร์แกน (Organ, 1990, p.66) ได้ทำการศึกษาตัวแปรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ผลการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนระหว่างพนักงานและองค์การ (ความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจ ความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนทางตัวงาน และความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนทางสังคม) สามารถทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ กล่าวคือ หากพนักงานมีการรับรู้การแลกเปลี่ยนในการจ้างงานเป็นไปอย่างยุติธรรมและมีคุณค่า จะส่งผลให้เกิดความผูกพันต่างตอบแทน และแสดงพฤติกรรมการในเชิงบวก ดังแผนภาพที่ 2.1

แผนภาพที่ 2.1

กรอบแนวคิด ตัวแปร สถานการณ์ ที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมสมาชิกที่ดีขององค์การ



ที่มา : ออร์แกน (Organ, 1990, p.66)

พอดซาคอฟ และคณะ (Podsakoff et al, 2000, pp.513-563) ได้ทำการทบทวนงานวิจัยเมตา (meta-analysis) ตามแนวคิดของออร์แกน พบว่าตัวแปรที่ส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร คือ

1. คุณลักษณะส่วนบุคคล เช่น ทักษะ ทักษะ อารมณ์ การรับรู้ในบทบาทและหน้าที่
2. สภาพแวดล้อมอื่นๆ เช่น คุณลักษณะของงาน ลักษณะองค์กร และรูปแบบ

พฤติกรรมของผู้นำ

นอกจากนี้เขายังได้ทำแบบวัดที่เป็นรูปธรรมขึ้นมาเพื่อใช้วัดพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีเพิ่มเติมจากแนวคิดของออร์แกน และได้มีการเพิ่มลักษณะพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรอีก 3 ด้าน คือ

1. พฤติกรรมแสดงความจงรักภักดีต่อองค์กร (Organizational loyalty) หมายถึง พนักงานให้การสนับสนุน ส่งเสริม ชื่นชมองค์กรแก่บุคคลภายนอกและมีความผูกพันต่อองค์กร
2. พฤติกรรมพร้อมที่จะรับความคิดใหม่ๆ ริเริ่มสิ่งใหม่ๆ (Individual Initiative) หมายถึง พนักงานมีความคิดสร้างสรรค์ และมีการปรับปรุงแนวทางการทำงานให้ดีขึ้นอยู่เสมอ
3. พฤติกรรมพัฒนาตนเอง (Self Development) หมายถึง พนักงานมีพฤติกรรมใฝ่หาความรู้ ทักษะ และพัฒนาความสามารถของตนเอง เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่องค์กร

1.3 ความสำคัญของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีกับประสิทธิภาพขององค์กร

คาทซ์ (Katz, 1964, pp.131-146) กล่าวว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการดำรงอยู่และการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพของระบบสังคมภายในองค์กร โดยมองว่าคนที่มีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรจะมีบุคลิกทางความคิด (Innovation) และเต็มใจที่จะกระทำกิจกรรมด้วยตนเอง (Spontaneous activity) ควบคู่ไปกับบทบาทตามที่องค์กรกำหนดไว้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร และหากองค์กรใดที่มีแต่พนักงานที่มุ่งสนใจปฏิบัติงานเฉพาะงานของตนหรือหน้าที่ตามที่องค์กรมอบหมาย เพื่อนำไปสู่ผลการประเมินผลการปฏิบัติงาน มากกว่าการคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม หรืองานที่สำคัญ จะก่อให้เกิดความขัดแย้ง และส่งผลเสียต่อการดำเนินงานภายในองค์กร

จึงกล่าวได้ว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรนั้น เปรียบเสมือน “สารหล่อลื่น” หรือ กลไกทางสังคม (social machinery) ขององค์กร ที่ส่งผลต่อการปรับปรุงผลการปฏิบัติงานและช่วยให้การดำเนินงานภายในองค์กรมีประสิทธิภาพ (Borman and

Motowidlo, 1993; Smith et al., quoted in Podsakoff, Ahearne and MacKenzie, 1997)

พฤติกรรมกรการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์การ ดังนี้

1. ก่อให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการทำงาน ในสภาพแวดล้อมที่ให้การสนับสนุน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน (Borman and Motowidlo, 1993)

2. พนักงานจัดสรรและใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์การ ก่อให้เกิดผลผลิตเพิ่มขึ้น (Borman and Motowidlo, 1993; Organ, 1988))

3. มีการประสานกิจกรรมระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มและข้ามกลุ่มงาน ส่งผลให้เกิดการทำงานเป็นทีม (Bommer, Mile and Grover, 2003)

4. ช่วยให้องค์การสามารถรักษาพนักงานที่ดีให้คงอยู่กับองค์การ ส่งผลให้อัตราการขาดงาน การลาออกขององค์การมีจำนวนลดลง (Goerge and Bettenhausen, 1990; Organ, 1988)

5. พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อองค์การ เปิดเผยข้อมูลและเสนอความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์แก่องค์การ ส่งผลให้ความขัดแย้งภายในองค์การลดลง (Tjosvold, Hui, Ding, and Hu, 2003)

จากรูปแบบพฤติกรรมกรการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การและแนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกรการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่ารูปแบบพฤติกรรมกรการทั้ง 5 ด้านของออร์แกน ได้แก่ พฤติกรรมกรการให้ความช่วยเหลือผู้อื่น พฤติกรรมกรการคำนึงถึงผู้อื่น พฤติกรรมกรการอดทน อดกลั้น พฤติกรรมกรการสำนึกในหน้าที่ พฤติกรรมกรการให้ความร่วมมือ การมีส่วนร่วม ได้มีการวิจัยค่อนข้างครอบคลุม และได้รับการยอมรับให้มีการตีพิมพ์เผยแพร่เป็นจำนวนมาก (Lepine, Erez and Johnson, 2002, p.54) สามารถที่จะนำไปใช้ได้ในทุกสถานการณ์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอให้องค์ประกอบดังกล่าวเป็นแนวทางในการศึกษาพฤติกรรมกรการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ โดยได้เพิ่มเติมอีก 1 องค์ประกอบ คือ พฤติกรรมกรการแสดงความจงรักภักดีต่อองค์การ เนื่องจาก พนักงานบริการลูกค้า เปรียบเสมือนหน้าด่านที่จะต้องเผชิญกับบุคคลภายนอก หากเขามีพฤติกรรมกรการความจงรักภักดีต่อองค์การ เขาก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อองค์การและกล่าวชื่นชมองค์การในทางที่ดี นำมาสู่กรการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การแก่ลูกค้า นอกจากนี้มีงานวิจัยในต่างประเทศได้ทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ กับคุณภาพงานบริการ ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมกรการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การด้าน ความจงรักภักดีต่อองค์การมีความสัมพันธ์กับคุณภาพงานบริการ (Carol and Rachel, 2003, pp.357-378) ดังนั้นผู้วิจัยจึง

คาดว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรด้านความจงรักภักดีต่อองค์กรน่าจะมีความสัมพันธ์กับคุณภาพงานบริการ

2. ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

2.1 ความหมายของการบริการและคุณภาพการให้บริการ

ความหมายการบริการ

มีนักวิชาการและนักวิจัยหลายท่านได้ให้นิยามความหมายของการบริการไว้หลายด้าน ดังนี้

ยูฮี และยูปา (Uhi and Upah quated in Brensinger, 1993, p.61) กล่าวว่า การบริการ คือ การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก ผลิตภัณฑ์ หรือกิจกรรมใด ๆ ให้แก่บุคคลอื่น เป็นการแลกเปลี่ยนในแง่การทำธุรกิจ และเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้อง สัมผัส ขนย้าย หรือแสดงความเป็นเจ้าของได้

คอตเลอร์ (Kotler, 1988, p.477) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรม หรือปฏิบัติการใด ๆ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่งนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง การบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้และไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของ ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนก็ได้

แคสเปอร์ และคณะ (Kasper et al., 1999, p.13) ได้ให้ความหมายของการบริการดังนี้ การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ และไม่มีตัวตน เกิดขึ้นระหว่างกระบวนการปฏิสัมพันธ์ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยไม่มีการครอบครองวัตถุเข้ามาเกี่ยวข้อง

ในด้านนักวิชาการไทย อธิบายความหมายของการบริการไว้ ดังนี้

จิตินันท์ เตชะคุปต์ (2542, น.8) สรุปความหมายของการบริการว่า หมายถึง กิจกรรม หรือกระบวนการการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคล หรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น และก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลการกระทำนั้น

สมิต สัจฉุกร (2542, น.13) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง การติดต่อ หรือการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการด้วยวิธีการที่หลากหลาย การทำให้คนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ

ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น (2544, น. 58) กล่าวว่า การบริการหมายถึง พฤติกรรม กิจกรรม กระบวนการในการกระทำที่บุคคลหนึ่งส่งมอบให้แก่อีกบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มบุคคลอีกกลุ่มหนึ่ง อย่างมีเป้าหมายและมีความตั้งใจ การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องหรือสัมผัสยาก แต่เสื่อมสลายง่าย ผู้ให้บริการเป็นผู้สร้างบริการแล้วส่งมอบให้ผู้รับบริการ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์และเกิดความสะดวกรวดสบายในเวลานั้น หรือทันทีทันใดที่เกิดการบริการนั้น

จากการที่นักวิจัยและนักวิชาการได้ให้ความหมายของการบริการไว้มากมายดังกล่าวยกขึ้น ผู้วิจัยจึงขอสรุปว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรม หรือกลุ่มของกิจกรรมที่พนักงานบริการ ลูกค้า จัดเตรียมไว้สำหรับรับรองและให้ความช่วยเหลือตามความต้องการของผู้รับบริการ เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความพึงพอใจสูงสุด

ความหมายของคุณภาพการให้บริการ

จากการรวบรวมความหมายคุณภาพการให้บริการจากนักวิชาการและนักวิจัยได้อธิบายถึงคุณภาพการให้บริการไว้หลายด้าน ดังนี้

พาราซุรามานและคณะ (parasuraman et al., 1990, p.18) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการหมายถึง ผลการบริการที่ได้รับมีความสอดคล้องหรือแตกต่างกับความคาดหวังตามความต้องการของลูกค้า

เลวิส (Lweis, 1990, pp.41-52) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการคือ การวัดระดับความคาดหวังของลูกค้ากับประสบการณ์การได้รับบริการจริง

ฟิทซิมมอน (Fitzsimmons, 1994, p.49) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของลูกค้าที่มีมาแต่เดิมเกี่ยวกับการบริการ กับบริการที่ได้รับจริง

จากแนวคิดคุณภาพการให้บริการที่นักวิจัยทั้ง 3 ท่าน ได้ให้ความหมาย ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ความหมายมีความคล้ายกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอสรุป คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การประเมินหรือการรับรู้จากลูกค้าเกี่ยวกับผลของการบริการที่ได้รับจริงเปรียบเทียบกับบริการตามคาดหวัง และให้นิยามความหมายคุณภาพการให้บริการ สำหรับการวิจัยครั้งนี้ว่า

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การกระทำ กิจกรรม หรือการแสดงผลของบุคคลตามหน้าที่ความรับผิดชอบงานบริการที่สามารถตอบสนองของลูกค้าในแนวทางที่ลูกค้าคาดหวัง เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

2.2 ความสำคัญของงานบริการกับธุรกิจ

ท่ามกลางการแข่งขันของธุรกิจ องค์การที่มีพนักงานที่มีความสามารถและให้บริการอย่างมีคุณภาพ จะสามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด คุณภาพการให้บริการจึงเป็นสิ่งที่องค์การให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง และกลายเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญทางธุรกิจ

ครีโก้และคณะ (Crego et al., 1995, p.18) ได้สรุปการศึกษาของ Technical Assistance Research Program (TARP) และ The Profit Impact of Marketing Strategy (PIMS) มีสาระที่น่าสนใจเกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการสร้างคุณภาพการให้บริการ อันเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในธุรกิจ สรุปได้ ดังนี้

1. ลูกค้าที่ไม่พอใจจะบอกต่อให้คนอื่นอีก 11 คนถึงปัญหาที่ได้รับ ส่วนลูกค้าที่พึงพอใจจะบอกผู้อื่นเพียง 4 คนเท่านั้น
2. ลูกค้าร้อยละ 70 ไม่พอใจในการให้บริการและไม่ร้องเรียนใด
3. การแก้ปัญหาให้ลูกค้าและทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ จะทำให้เกิดการซื้อซ้ำร้อยละ 70 สำหรับซื้อซ้ำที่ไม่น่าพอใจ
4. ถ้าซื้อซ้ำไม่ได้รับการแก้ไขใด ๆ ลูกค้าจะไม่กลับมาซื้อซ้ำ

เอ็ดวาร์ดสัน และคณะ (Edvardsson et al., 1995, p.17) ได้สำรวจ 500 บริษัท ชั้นนำในยุโรปเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่สำคัญในการเอาชนะบริษัทจากประเทศสหรัฐอเมริกาในช่วงทศวรรษที่ 90 พบว่าผู้บริหารร้อยละ 54 ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการ ร้อยละ 51 ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และร้อยละ 32 เห็นว่าควรปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต จึงสรุปได้ว่าคุณภาพในการให้บริการมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จของธุรกิจ องค์การที่มุ่งสร้างคุณภาพในการให้บริการจะเป็นองค์การที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจ กล่าวคือ เป็นการเพิ่มลูกค้ารายใหม่และรักษาสถานลูกค้าเดิมให้คงอยู่ ดังนั้น ในการจัดการด้านคุณภาพการให้บริการ จึงไม่ใช่เพียงหน้าที่ของฝ่ายจัดการเท่านั้น แต่เป็นบทบาทและหน้าที่ของพนักงานทุกคนที่จะช่วยกัน ผลักดันองค์การให้บรรลุถึงเป้าหมาย

2.3 ลักษณะเฉพาะของการบริการ

แนวคิดที่สำคัญ ๆ เกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของการบริการ มีดังนี้

พาราซูรามานและคณะ (Parasuraman et al., 1990) ได้สรุปลักษณะเฉพาะของการบริการ ดังนี้

1. การบริการไม่มีตัวตน (Intangibility) หมายถึง การบริการเป็นนามธรรม มีผลลัพธ์ออกมาในรูปของผลงาน (Performance) มิใช่วัตถุ (Object) จึงมีอาจจับต้องหรือมองเห็นได้ จะนับหรือนำมาทดสอบโดยตรงไม่ได้ ทำให้ยากแก่การประเมินและตรวจสอบคุณภาพ เช่น ทักษะคติของพนักงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทำให้บริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

3. บริการมีความหลากหลายในตัวเอง (Variability or heterogeneity) หมายถึง คุณภาพการบริการอาจเปลี่ยนแปลงได้เมื่อเปลี่ยนผู้ให้บริการ เปลี่ยนผู้รับบริการหรือเปลี่ยนเวลา สถานที่ สิ่งแวดล้อม คุณภาพการให้บริการจึงเกิดความสม่ำเสมอ (Consistency) ได้ยาก สิ่งที่ผู้ให้บริการต้องการให้อาจจะไม่ตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการรับ เนื่องจากการรับรู้ (Perception) หรือความเข้าใจไม่ตรงกัน ทั้งนี้คุณภาพการให้บริการขึ้นอยู่กับความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งแต่ละคนมีความคาดหวังต่างกัน ดังนั้นวิธีการให้บริการจะต้องมีความหลากหลายในตัวเอง เพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันไปของลูกค้า

3. การบริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) หมายถึงการผลิต การส่งมอบ (ขาย) และการบริโภค การบริการจะเกิดขึ้นพร้อมกัน ซึ่งแตกต่างจากสินค้าที่เริ่มจากระบบการผลิต แล้วถึงเข้าสู่กระบวนการขายและการบริโภค ในงานบริการผู้ผลิต (Producer) และผู้ขาย (Seller) คือบุคคลคนเดียวกัน

4. การบริการไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perishability) หมายถึงการผลิตและการส่งมอบบริการเกิดขึ้นพร้อมกัน จึงไม่สามารถผลิตไว้ล่วงหน้าหรือเก็บรักษาไว้ เพื่อส่งมอบหรือจำหน่ายภายหลังได้เหมือนสินค้า เมื่อมีการจัดทรัพยากรและเตรียมความสามารถในการผลิต และไม่มีความต้องการใช้บริการ จะส่งผลให้ทรัพยากรที่จัดเข้าไปในสูญเปล่า

นอกจากนี้ บัซเซลล์ และ เกล (Buzzell and Gale, 1987, p.111) ได้เสนอลักษณะเฉพาะคุณภาพการให้บริการไว้ ดังนี้

1. ลูกค้าหรือผู้รับบริการจะเป็นผู้กำหนดคุณภาพการให้บริการ โดยลูกค้าจะเป็นผู้พิจารณาและตัดสินใจว่าอะไรที่เรียกว่าคุณภาพ หมายถึง ลูกค้าจะพิจารณาระดับความสำคัญหรือความจำเป็นของการได้รับบริการตามกระบวนการที่เกิดขึ้น

2. คุณภาพของการบริการเป็นสิ่งที่ต้องค้นหาตลอดเวลาไม่มีจุดจบ เพราะไม่สามารถกำหนดคุณภาพการให้บริการได้เฉพาะเจาะจง และกำหนดเป็นสูตรตายตัวได้ การบริการที่มีคุณภาพต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ

3. คุณภาพการให้บริการจะเกิดจากความร่วมมือของทุกคนที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานบริการส่วนหน้าและผู้ที่อยู่เบื้องหลัง รวมถึงผู้ที่มีหน้าที่ควบคุมดูแล ทุกฝ่ายมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการให้บริการอย่างมีคุณภาพทั้งสิ้น ดังนั้นผู้ปฏิบัติงานบริการทุกคนจะต้องตระหนักถึงความรับผิดชอบในการให้บริการและนำเสนอบริการที่มีคุณภาพแก่เพื่อนร่วมงานและลูกค้าที่มาใช้บริการ

4. คุณภาพการให้บริการจะต้องอยู่บนพื้นฐานของความเป็นธรรมชาติ การบริการที่มีคุณภาพดีเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมภายในองค์กร (Corporate Culture) ที่เน้นความเป็นธรรมชาติและคุณค่าของความเป็นคน องค์กรที่ปฏิบัติต่อลูกค้าและบุคลากรอย่างเท่าเทียมกันจะสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพของการบริการที่แท้จริงได้

5 คุณภาพของการบริการขึ้นอยู่กับความพร้อมในการบริการ กล่าวคือ การวางแผนเตรียมความพร้อมไว้ล่วงหน้าย่อมก่อให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพดีได้ เช่น การนำเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยเข้ามาใช้ การเลือกผู้ปฏิบัติงานที่เหมาะสมกับลักษณะงานบริการและมีทัศนคติที่ดีต่องาน

6 คุณภาพการให้บริการยังมีความหมายครอบคลุมถึงการรักษาคำมั่นสัญญาของระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า ลูกค้ามักจะคาดหวังว่า ผู้ปฏิบัติงานบริการจะให้บริการในสิ่งที่ได้ให้คำมั่นสัญญาไว้ ดังนั้นหากองค์กรและผู้ปฏิบัติงานบริการไม่รักษาคำมั่นสัญญา คุณภาพการให้บริการก็ไม่อาจเกิดขึ้นได้

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

รูปแบบการสร้างคุณภาพการให้บริการ ตามแนวคิดของพาราซูรามานและคณะ

กรอบทฤษฎีที่ผู้วิจัยใช้เป็นแนวทางในการศึกษาคุณภาพการให้บริการของพนักงานให้บริการลูกค้าของบริษัทโทรคมนาคมแห่งหนึ่ง คือแนวคิดของพาราซูรามานและคณะ ผู้วิจัยจึงขอนำเสนอผลการวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

พาราซูรามาน ไชเอมมอล และเบอรี่ (Parasuraman Zeithaml and Berry, 1985) ได้ศึกษาและพัฒนาการรูปแบบการวัดคุณภาพการให้บริการ SERVQUAL โดยมีมิติที่ใช้วัดคุณภาพ

บริการอยู่ 10 มิติ ได้แก่

- 1) รูปธรรมที่ปรากฏ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือสิ่งที่จับต้องได้ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ผู้ให้บริการ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการ
 - 2) ความน่าเชื่อถือของบริการ (Reliability) หมายถึง ความพร้อมที่จะให้บริการอย่างถูกต้อง ต่อเนื่องและสม่ำเสมอ และสามารถให้บริการตามกำหนดเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้า
 - 3) การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจพร้อมที่จะให้บริการ และให้บริการอย่างรวดเร็ว
 - 4) ความสามารถ (Competence) หมายถึง มีทักษะความรู้ที่จะปฏิบัติงานนั้นๆ ความชำนาญในการติดต่อลูกค้า และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริการ
 - 5) อธิษาศัยไมตรี (Courtesy) หมายถึง ความสุภาพ ให้เกียรติ คำนึงถึงความรู้สึกของผู้อื่นและมีความเป็นมิตร
 - 6) ความไว้วางใจ (Credibility) หมายถึง ความมีคุณค่าที่น่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ ซึ่งสัมพันธ์กับการคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของลูกค้า ต้องอาศัยชื่อเสียงขององค์กรและบุคลิกภาพส่วนตัวของผู้ให้บริการเป็นสำคัญ
 - 7) ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึง การปราศจากความเสียหาย อันตราย หรือความสงสัย
 - 8) การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง ความสะดวกและความคล่องตัวที่ลูกค้าได้รับในการติดต่อ มีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน ใช้เวลาน้อย ลูกค้าไม่ต้องรอนาน สามารถเข้าไปใช้บริการได้อย่างสะดวก
 - 9) การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ความสามารถในการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าด้วยภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย ทำให้ลูกค้าไม่สับสนในขั้นตอนการบริการ ตลอดจนสามารถสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า เมื่อลูกค้าเกิดปัญหา
 - 10) การเข้าใจในผู้รับบริการ (Understanding/Knowing the customer) หมายถึง การพยายามทำความเข้าใจในความต้องการของผู้รับบริการ
- แต่เดิมเครื่องมือ SERVQUAL ประกอบด้วย 97 ข้อคำถาม เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการให้บริการทั้ง 10 มิติข้างต้น ภายหลังมีการทดสอบเครื่องมือด้วยวิธีการทางสถิติ เพื่อให้ได้เครื่องมือที่มีความเที่ยงตรง และมีความน่าเชื่อถือ เครื่องมือ SERVQUAL จึงเหลือเพียง 22 ข้อคำถาม และใช้การประเมินค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 7 ระดับ ตั้งแต่ระดับ 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง)

จนถึงระดับ 7 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง) แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการตอบ
 ข้อคำถามตามความคาดหวังของผู้รับบริการ (Service Expectation) และส่วนสองเป็น
 ข้อคำถามเช่นเดียวกับส่วนแรก แต่เป็นการตอบตามการรับรู้จริงของผู้รับบริการ (Service
 Perception) ดังนั้น คุณภาพการให้บริการจึงเป็นผลต่างระหว่างคะแนนความคาดหวังและการรับ
 รู้ของผู้รับบริการ (Expectation-Perception Gap Scores) หากคะแนนการรับรู้ต่ำกว่าคะแนน
 ความคาดหวัง ผลที่ได้จะเป็นลบซึ่งหมายความว่าคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับไม่พอใจ

ขณะเดียวกันพาราสุรามานและคณะ (Parasuraman et al., 1990, pp.25-28)

ได้พบว่ามีมิติคุณภาพการให้บริการด้านที่ 4-10 ได้แก่ ความสามารถ อธิยาศัยไมตรี ความน่าเชื่อถือ
 ความมั่นคงปลอดภัย การเข้าถึงบริการ การสื่อสาร การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ มีความหมาย
 คาบเกี่ยวกันและมีรายละเอียดมากเกินไป จึงทำให้ยากต่อการประเมิน ดังนั้นเพื่อลดความซ้ำซ้อน
 ของความหมาย พาราสุรามานและคณะ จึงทำการเรียบเรียงและจัดกลุ่มมิติคุณภาพการให้บริการ
 ด้านที่ 4 – 10 ขึ้นใหม่ เหลือเพียง 2 ด้าน คือ การให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ และการรู้จักและ
 เข้าใจกับต้องการของผู้รับบริการ ดังนั้น พาราสุรามานและคณะ จึงสรุปและลดมิติการวัดคุณภาพ
 การให้บริการเหลือเพียง 5 ด้าน ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1

แสดงความสัมพันธ์และคาบเกี่ยวระหว่างมิติคุณภาพการบริการทั้ง 10 มิติ

มิติคุณภาพการบริการทั้ง 10 มิติ (เดิม)	มิติคุณภาพการบริการทั้ง 10 มิติ (ใหม่)				
	ลักษณะทาง กายภาพ	ความเชื่อถือได้	การตอบสนอง	การให้ความ มั่นใจ	การรู้จักและ เข้าใจผู้รับบริการ
1. ลักษณะทางกายภาพ					
2. ความเชื่อถือได้					
3. การตอบสนองของผู้รับบริการ					
4. ความสามารถ					
5. อธิยาศัยไมตรี					
6. ความน่าเชื่อถือ					
7. ความมั่นคงปลอดภัย					

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

แสดงความสัมพันธ์และคาบเกี่ยวระหว่างมิติคุณภาพการให้บริการทั้ง 10 มิติ

มิติคุณภาพการบริการทั้ง 10 มิติ (เดิม)	มิติคุณภาพการบริการทั้ง 10 มิติ (ใหม่)				
	ลักษณะทาง กายภาพ	ความเชื่อถือได้	การตอบสนอง	การให้ความ มั่นใจ	การรู้จักและ เข้าใจผู้รับบริการ
8. การเข้าถึงบริการ					
9. การสื่อสาร					
10. การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ					

ที่มา : พาราซูรามาน และคณะ (Parasuraman et al., 1990, p.25)

นอกจากนี้พาราซูรามานและคณะ ยังได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการประเมินความสำคัญตามลำดับมิติทั้ง 5 ด้านของคุณภาพการให้บริการ พบว่าไม่ว่าจะธุรกิจบริการใดก็ตาม องค์ประกอบคุณภาพการให้บริการที่มีความสำคัญในลำดับแรกได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมาได้แก่ ด้านการตอบสนองของผู้รับบริการ คิดเป็นร้อยละ 22 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ คิดเป็นร้อยละ 19 ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ คิดเป็นร้อยละ 16 และองค์ประกอบการให้บริการที่ได้รับการรับรู้ว่ามีลำดับสุดท้ายได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ คิดเป็นร้อยละ 11 (Parasuraman, et al., 1990, p.28)

จากแนวคิด และแบบประเมินคุณภาพบริการ SERVQUAL ที่พาราซูรามานและคณะ เสนอไว้ ผู้วิจัยเห็นว่า แนวคิดการประเมินคุณภาพการบริการดังกล่าว มีความหมายครอบคลุมลักษณะการให้บริการและมีการแบ่งดัชนีวัดการให้บริการคุณภาพอย่างชัดเจน นอกจากนี้แบบประเมินคุณภาพบริการ SERVQUAL มีความเชื่อถือได้ (validity) และได้มีการนำมาประยุกต์ปรับใช้ในหลายองค์การ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ใช้เกณฑ์การประเมินคุณภาพการให้บริการ ตามแนวคิดของพาราซูรามานและคณะ กับรูปแบบการบริการขององค์การที่ศึกษา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าเกณฑ์การประเมินคุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการมีความหมายที่คาบเกี่ยวและซ้ำซ้อนกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ดัดแปลง และลดเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน เหลือเพียง 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility) หมายถึง พนักงานมีความพร้อมในการจัดเตรียมอุปกรณ์อำนวยความสะดวก อุปกรณ์สำนักงาน เอกสาร อุปกรณ์ติดต่อสื่อสาร รวมถึงการแต่งกาย สะอาด เรียบร้อย

2. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง พนักงานแสดงทักษะ ความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองของความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างถูกต้อง มีความสุภาพ นุ่มนวล มีกิริยา มารยาทที่ดี มีความสามารถด้านการติดต่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้รับบริการว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด

3. ด้านการตอบสนองของผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจในการให้บริการ สามารถตอบสนองของความต้องการของตนได้อย่างทันที่ และได้รับความสะดวกในการใช้บริการได้อย่าง รวดเร็วตรงตามความต้องการ

4. ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง พนักงานแสดงถึงอาการห่วงใย ดูแล และเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับบริการแต่ละคน

3. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและคุณภาพบริการ

3.1 ผลงานวิจัยในต่างประเทศ

คาสโตร อาร์มาริโอ และ รัซ (Castro Amario and Ruiz, 2004, pp.27-53) ได้ศึกษาอิทธิพลของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรต่อพฤติกรรมจงรักภักดีของลูกค้า กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ พนักงานธนาคารจำนวน 182 คน ซึ่งได้รับการคัดเลือกจากธนาคารจำนวน 319 สาขาและลูกค้าจำนวน 3263 คน ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามพฤติกรรมเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรตามการรับรู้ของพนักงาน โดยพัฒนาแบบสอบถามจาก เนเทมเยอร์ และคณะ (Netemeyer et al., 1997) วัดพฤติกรรมของพนักงานทั้ง 4 ด้าน ดังนี้ ด้านความอดทนอดกลั้น ด้านการให้ความร่วมมือ มีส่วนร่วม ด้านความสำนึกในหน้าที่ และด้านให้ความช่วยเหลือ ส่วนคุณภาพการให้บริการตามการรับรู้ของผู้รับบริการ ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถามตามแนวคิดของพาราสุรามานและคณะ (parasuraman et al.,1991) วัดคุณภาพการให้บริการ ทั้ง 5 มิติ ดังนี้ ด้านกายภาพของการให้บริการ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเต็มใจในการตอบสนองลูกค้า

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการและด้านเห็นอกเห็นใจ เข้าใจลูกค้า ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรไม่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการ มีค่า ($t < 1.96$) ผู้วิจัยอธิบายว่า เนื่องจากพนักงานแต่ละสาขามีอัตราการลาออกจากงานสูง (Highly turn over) จึงส่งผลให้แต่ละสาขามีทั้งพนักงานเก่าและพนักงานที่เพิ่งเข้ามาใหม่ จึงทำให้ข้อผิดพลาดในการวัดพฤติกรรมของพนักงาน

เบนสต็อก ดีโมรันวิลล์และสมิท (Benstock DeMoranville and Smith, 2003, pp.357-378) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรกับคุณภาพการให้บริการ โดยตั้งสมมติฐานเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกรอบแนวคิดพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรกับช่องว่างที่ 3 (Gap 3) ซึ่งหมายถึง ช่องว่างระหว่างการกำหนดมาตรฐานคุณภาพการให้บริการ (Service Quality Specifications) จากองค์กร กับการส่งมอบบริการที่แท้จริงแก่ลูกค้า (Service Delivery Gap) ตามแนวคิดโมเดลคุณภาพการให้บริการของพาราซูมานและคณะ (Parasuman, et al., 1985) กลุ่มตัวอย่างเป็น พนักงานจำนวน 535 คน ซึ่งมาจากการสุ่มตัวอย่างจากร้านอาหารแฟรนไชส์ (franchise) ที่มีชื่อเสียงในประเทศสหรัฐอเมริกาทางรัฐตะวันออกเฉียงใต้ จำนวน 49 ร้าน ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามวัดพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรพัฒนามาจากแนวคิดของ แวนดาเยและคณะ (Van Dyne et al., 1994) โดยวัดพฤติกรรมทั้ง 3 ด้าน คือ พฤติกรรมความจงรักภักดี พฤติกรรมปฏิบัติตามกฎระเบียบมาตรฐานขององค์กร และพฤติกรรมมีส่วนร่วม ส่วนคุณภาพการให้บริการตามมาตรฐานที่องค์กรกำหนดไว้ตามการรับรู้ของผู้จัดการร้านซึ่งจะมีการประเมินทุกๆ เดือน ได้แก่ คุณภาพอาหาร การให้บริการลูกค้า ความสะอาดของร้าน และการตกแต่งร้านให้ดูสวยงาม และการรับรู้คุณภาพการให้บริการของลูกค้าที่ได้รับการบริการที่แท้จริง โดยการประเมินจากลูกค้า ในด้านการบริการ อาหาร และความสะอาด ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีในทุกๆ ด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการส่งมอบบริการตามมาตรฐานขององค์กรที่กำหนดไว้ และส่งผลต่อระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการของลูกค้า

บอสแมท (Bosmat, 2003) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของพนักงานในด้านพฤติกรรมตามบทบาทหน้าที่ (In role-behavior) พฤติกรรมบทบาทพิเศษเกี่ยวข้องโดยตรงต่อบุคคล (Organizational Citizenship Behavior-Individual) พฤติกรรมบทบาทพิเศษเกี่ยวข้องโดยตรงต่อองค์กร (Organizational Citizenship Behavior-Organizational) และการรับรู้คุณภาพการให้บริการจากลูกค้า โดยได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 415 คน แบ่งออกเป็นพนักงานบริการลูกค้าของสโมสรออกกำลังกายในรัฐฟลอริดา จำนวน 112 คน และ

ลูกค้าที่มาใช้บริการของสโมสรออกกำลังกายในรัฐฟลอริดา จำนวน 303 คน ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของพนักงาน (พนักงานตามบทบาทหน้าที่ และพฤติกรรมบทบาทพิเศษที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อบุคคล) มีค่าความสัมพันธ์ต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้า โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ .21 และ .22 ส่วนพฤติกรรมบทบาทพิเศษที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อองค์การมีความสัมพันธ์ทางลบกับการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้า โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ .16 ผู้วิจัยอภิปรายว่าสาเหตุที่ค่าความสัมพันธ์ต่ำ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการทดลองมีจำนวนน้อย (n = 20)

ชุน ไชมอน และ จอห์น (Chun, Simon and John, 2000) ได้ทำการวิจัยเชิงทดลองแบบควอไซ (Quasi-experience) เพื่อศึกษาผลของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การต่อการพัฒนาคุณภาพการบริการ กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานธนาคารตำแหน่งรับฝาก-ถอนเงิน (tellers) ในประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 43 สาขา ซึ่งมีมาตรฐานการดำเนินงานแบบเดียวกัน 3 ลักษณะ คือ มีจำนวนพนักงานมากกว่า 50 คน มีผลการปฏิบัติงานที่มาจากข้อมูลย้อนกลับจากลูกค้าเหมือนกัน และเป็นสาขาที่เพิ่งเปิดใหม่ ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างมา 3 สาขา ได้แก่ สาขา A มีจำนวน 58 คน ซึ่งเป็นกลุ่มควบคุม ส่วนกลุ่มทดลอง ได้แก่ สาขา B และสาขา C มีจำนวนสาขาละ 65 คน วิธีการวิจัย ผู้จัดการสาขา C ทำการคัดเลือกพนักงานที่มีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การจากการสังเกตพนักงานที่มีพฤติกรรมทำให้ความช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน และมีความเป็นผู้นำด้านการบริการ จำนวน 6 คน และสาขา B คัดเลือกเฉพาะพนักงานที่มีความเป็นผู้นำด้านการบริการ จำนวน 6 คน พนักงานทั้ง 12 คน แบ่งเป็น เพศชายจำนวน 2 คน และเพศหญิง จำนวน 10 คน โดยพนักงานทั้ง 12 คนจะได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับแนวทางและวิธีการให้บริการอย่างมีคุณภาพ เป็นระยะเวลา 3 สัปดาห์ แต่พนักงานในกลุ่มควบคุม (สาขา A) จะไม่ได้รับการฝึกอบรมดังกล่าว หลังจากนั้นจึงทำการประเมินผลการฝึกอบรมและให้ผู้รับบริการของธนาคารทั้ง 3 สาขาตอบแบบสอบถามคุณภาพการให้บริการ ผลการศึกษาพบว่า ภายหลังจากฝึกอบรม พนักงานสาขา C จะได้รับการประเมินผลการฝึกอบรมและคุณภาพการให้บริการจากผู้รับบริการสูงกว่าพนักงานสาขา B และสาขา A แต่เมื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของผู้รับบริการกับพนักงานสาขา C และสาขา B แล้ว พบว่าผู้รับบริการจะมีความพึงพอใจต่อพนักงานสาขา C ซึ่งเป็นพนักงานที่มีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ และมีความเป็นผู้นำด้านการบริการมากกว่าพนักงานสาขา B ซึ่งมีความเป็นผู้นำด้านการให้บริการอย่างเดียว ผลการวิจัยจึงสรุปได้ว่า พนักงานที่มีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การและมีภาวะผู้นำด้านการให้บริการ จะส่งผลต่อประสิทธิภาพการฝึกอบรม และคุณภาพการให้บริการ

เบล และเมนกีซ (Bell and Menguc, 2002, pp.131-146) ได้ทำการศึกษา

พฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การและการรับรู้คุณภาพการบริการ โดยทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานตัวแทนประกันชีวิต จำนวน 228 คน เครื่องมือในการวิจัย เป็นแบบประเมินคุณภาพการให้บริการตามการรับรู้ของลูกค้า และพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การตามการรับรู้ของผู้จัดการ ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ผู้วิจัยอธิบายว่า พนักงานที่มีพฤติกรรมบทบาทพิเศษ (Extra role-behavior) จะกระตือรือร้นให้ความช่วยเหลือ มีไมตรีจิต และบริการลูกค้าเกินความคาดหวัง ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการ นอกจากนี้งานวิจัยยังพบว่า พฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ด้านการให้ความช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน มีความสัมพันธ์กับการเพิ่มยอดขายและความเจริญเติบโตขององค์การ

คาเรน (Karen, 2002) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การกับประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ โดยทำการศึกษากับองค์การบริการสังคม กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานให้บริการเด็กและครอบครัวจำนวน 120 คน ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการขององค์การบริการสังคม

วอลท์ และนีฮอฟฟ์ (Waltz and Niehoff, 1996 quated in Podsakoff MacKenzie, Paine, and Bachrach, 2000, p.530) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การและการบริการลูกค้าโดยได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานให้บริการลูกค้าในร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (Fast food) จำนวน 30 สาขา ผลการศึกษาพบว่ามิติพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การด้านการให้ความช่วยเหลือมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในด้านรายได้ คุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้องค์ประกอบด้านพฤติกรรมกรรมมีน้ำใจเป็นนักกีฬาในการทำงาน พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานและพฤติกรรมการให้ความร่วมมือ การมีส่วนร่วม มีความสัมพันธ์ทางลบกับการร้องเรียนของลูกค้า

ซีว รีเบคคา เยน และพี นีฮอฟ (Hsiu Rebecca Yen and Niehoff, 2005) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ กับการรับรู้คุณภาพการให้บริการของลูกค้าธนาคารในประเทศไทยได้หวัน กลุ่มตัวอย่างเป็นเจ้าหน้าที่รับฝาก-ถอนเงิน จำนวน 535 คน ซึ่งมาจากการสุ่มตัวอย่างจากธนาคารในประเทศไทยได้หวัน จำนวน 26 สาขา เครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การตามการรับรู้ของหัวหน้างาน โดยพัฒนาแบบสอบถามจากฟาร์ห์และคณะ (Farth et al, 1997) ประกอบด้วยลักษณะพฤติกรรมกรรมการ

เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร 5 ด้าน คือ ด้านการให้ความช่วยเหลือ ด้านการให้ความร่วมมือ การมีส่วนร่วม ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และด้านการใช้ทรัพยากรขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนคุณภาพการให้บริการตามการรับรู้ของลูกค้า ประกอบด้วยแบบประเมินคุณภาพการให้บริการ 3 ด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนจากพนักงาน และด้านความไว้วางใจบริษัท ผลการศึกษาพบว่า ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรกับคุณภาพการให้บริการ ผู้วิจัยอภิปรายว่า เนื่องจากลักษณะงานบริการธนาคารของเจ้าหน้าที่รับฝาก-ถอนเงิน และสินเชื่อ มีความแตกต่างจากงานบริการขององค์กรทั่วไป ซึ่งมีหน้าที่ให้บริการทางการเงินและรับผิดชอบทรัพย์สินของลูกค้า จึงอาจส่งผลให้เจ้าหน้าที่ธนาคารเกิดความเครียดและใส่ใจแต่ความถูกต้องของเงินมากกว่าการให้ความช่วยเหลือลูกค้าที่มาใช้บริการ นอกจากนี้ช่วงระยะเวลาในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการเป็นช่วงระยะเวลาสั้นๆ ส่งผลให้การบริการเป็นไปอย่างผิวเผิน

3.2 ผลงานวิจัยภายในประเทศ

อัมพร พิพิธเจริญพร (2545) ได้ศึกษาลักษณะบุคลิกภาพแบบ “Big five” พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ตามการรับรู้ของหัวหน้า: กรณีศึกษาศูนย์บริการรถยนต์แห่งหนึ่ง กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานในศูนย์การบริการรถยนต์ข้ามชาติแห่งหนึ่ง จำนวน 190 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลแบบสอบถามบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (The Big Five) ของลูอิส อาร์ โกล์เบอร์กแบบสอบถามวัดพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และแบบประเมินคุณภาพบริการ ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .76

พนิดา ทองเงา (2548) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความยุติธรรมภายในองค์กร การรับรู้พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และการรับรู้คุณภาพการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานตำแหน่งตรวจรับบัตรโดยสารเที่ยวบินระหว่างประเทศจากองค์กรสายการบินสัญชาติไทยขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง จำนวน 220 คน ผลการศึกษาพบว่า หัวหน้ามีการรับรู้พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของพนักงานทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง การรับรู้พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีความสัมพันธ์ทางด้านการรับรู้คุณภาพการให้

บริการของพนักงานจากผู้รับบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .589

สรุปผลการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย

จากการค้นคว้าและรวบรวมงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและคุณภาพการให้บริการนั้น ผู้วิจัยพบว่า งานวิจัยของ เบล และเมงกัทซ์ (Bell and Menguc, 2002) พบว่าพนักงานที่มีพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรจะมีความตระหนักถึงผลประโยชน์ขององค์กร ดังนั้นพนักงานจึงพยายามบริการให้ได้ตรงตามความคาดหวังของผู้รับบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการซ้ำ นอกจากนี้เบนสต็อก ดีโมรันวิลล์และสมิท (Benstock DeMoranville and Smith, 2003, pp.357-378) พบว่า พฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีในด้านพฤติกรรมความจงรักภักดี พฤติกรรมกรปฏิบัติตามกฎระเบียบมาตรฐานขององค์กร และพฤติกรรมกรมีส่วนร่วม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการส่งมอบบริการตามมาตรฐานขององค์กรที่กำหนดไว้ และส่งผลต่อระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการของลูกค้า ชุน ไชมอน และ จอห์น (Chun, Simon and John, 2000) พบว่าพนักงานที่มีพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและมีภาวะผู้นำด้านการให้บริการ จะส่งผลต่อประสิทธิภาพการฝึกอบรม และลูกค้าได้รับความพึงพอใจ เกิดการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการ คาเรน (Karen, 2002) พบว่าพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการขององค์กรบริการสังคม วอลท์ซ์ และนีฮอฟฟ์ (Waltz and Niehoff, 1996 quoted in Podsakoff MacKenzie, Paine, and Bachrach, 2000, p.530) พบว่า มิติพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรด้านการให้ความช่วยเหลือมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านรายได้ คุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้า และองค์ประกอบด้านพฤติกรรมกรค้ำประกันถึงผู้อื่น พฤติกรรมกรให้ความช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานและพฤติกรรมกรให้ความร่วมมือ การมีส่วนร่วมมีความสัมพันธ์ทางลบกับการร้องเรียนของลูกค้า

จากงานวิจัยดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า พฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณภาพการให้บริการในเกณฑ์สูง ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นเช่นเดียวกันว่า ตัวแปรทั้งสอง คือพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และคุณภาพการให้บริการ น่าจะมีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ พนักงานที่มีพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร จะปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์กรเป็นหลัก พนักงานจึงมีความตั้งใจบริการลูกค้าให้ตรงตามมาตรฐานที่องค์กรกำหนดและปฏิบัติงานอื่นที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรนอกเหนือหน้าที่งานของ

ตน เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ โดยเฉพาะการให้ความช่วยเหลือผู้รับบริการและเพื่อนร่วมงาน และการช่วยเหลือซึ่งกันและกันภายในองค์การเช่นนี้ จะส่งผลให้ผู้รับบริการได้รับบริการที่สะดวกและรวดเร็ว เกิดความเชื่อถือ และรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการ ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การกับคุณภาพการให้บริการ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1. คือ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการ โดยมีสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การด้านการให้ความช่วยเหลือผู้อื่น มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการ

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การด้านการคำนึงถึงผู้อื่น มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการ

สมมติฐานย่อยที่ 1.3 พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การด้านความอดทนอดกลั้น มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการ

สมมติฐานย่อยที่ 1.4 พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การด้านสำนึกในหน้าที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการ

สมมติฐานย่อยที่ 1.5 พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การด้านการให้ความร่วมมือ การมีส่วนร่วม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการ

สมมติฐานย่อยที่ 1.6 พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การด้านแสดงความจงรักภักดีต่อองค์การ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการ

ตัวแปรพยากรณ์

จากสมมติฐานที่ 1 หากพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการให้บริการแล้ว เมื่อใช้การวิเคราะห์หาคูณแบบขั้นต้นขององค์ประกอบของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การอย่างน้อย 1 ด้านน่าจะสามารถใช้เป็นตัวทำนายคุณภาพการให้บริการได้ ผู้วิจัยจึงตั้ง**สมมติฐานหลักข้อที่ 2** ว่า องค์ประกอบพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การอย่างน้อย 1 ด้าน สามารถพยากรณ์คุณภาพการให้บริการได้

ภาพที่ 2.2

แสดงกรอบที่ใช้ในการวิจัย

