

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาค้นคว้าทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่กำลังศึกษา ผู้วิจัยได้แบ่งนำเสนอเป็น 8 หัวข้อ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความฉลาดทางอารมณ์
2. ความหมายของพฤติกรรมและการเผชิญความเครียด
3. รูปแบบพฤติกรรมและการเผชิญความเครียด
4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการเผชิญความเครียด
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. เหตุผลในการตั้งสมมติฐาน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความฉลาดทางอารมณ์

ความหมายของความฉลาดทางอารมณ์

“ความฉลาดทางอารมณ์” แปลจากภาษาอังกฤษว่า Emotional Intelligence หรือเรียกให้สอดคล้องกับ IQ หรือเชาว์ปัญญาว่า EQ (Emotional Quotient) ซึ่งในภาษาอังกฤษมีคำเรียกที่ใกล้เคียงว่า EQ อีกอย่างน้อย 13 คำ (วีระวัฒน์ บัณฑิตามัย, 2542, น. 23-28) ได้แก่

1. Social Intelligence ซึ่งธอร์นไดค์ (Thorndike) ใช้ในช่วงทศวรรษ 1920 และไอเซนค (Eysenck) นำมาอธิบายอีกในปี 1985 ซึ่งเรียกว่า ความฉลาดทางสังคม
2. Tacit Knowledge โดยโพลานยี (Polanyi) เสนอไว้ในปี 1976 และสเทิร์นเบิร์ก (Sternberg) นำมาใช้อย่างต่อเนื่องในงานวิจัยของเขาว่าเป็นการเรียนรู้เชิงปฏิบัติที่ไม่เป็นทางการไม่พูดออกมาได้โดยพหุติสัยที่เกิดจากการปฏิบัติจริงเป็นผลจากการคิดใคร่ครวญจากสิ่งที่ได้เรียนรู้
3. Personal Intelligence โดยการ์ดเนอร์ (Gardner) เสนอไว้เป็นส่วนหนึ่งของทฤษฎี Multiple Intelligence ในปี 1983 มีความหมายในลักษณะของความเป็นผู้ที่ “เก่งคน”

มีมนุษย์สัมพันธ์ เข้าถึงและรู้จักภาวะอารมณ์ของตน ตลอดจนนำเสนอแสดงออกกับผู้อื่น รู้และเห็นความแตกต่างของตนและของผู้อื่นได้ ซึ่งกลุ่มอาชีพที่พึงมีความสามารถระหว่างบุคคล ได้แก่ พนักงานตัวแทนขาย นักการเมือง อาจารย์ ผู้นำศาสนา ผู้ที่ทำงานในคลินิก และแพทย์ เป็นต้น

4. Implicit Learning โดย เซการ์ (Segar, 1994) เสนอไว้โดยมุ่งหมายถึง การเรียนรู้ที่ซับซ้อนข้อมูลอันซับซ้อน โดยที่ผู้เรียนไม่จำเป็นต้องแสดงออกมาให้ปรากฏโดยทางภาษา แต่รับรู้เห็นได้และจดจำได้ดี

5. Meta-mood Experience หรือ Meta-Experience โดย ซาโลเวย์ , เมเยอร์ , โกลด์แมน,เทอร์เวย์ และ พัลฟาย (Salovey,Mayer,Goldman,Turvey,Palfai,1995) เสนอว่า หมายถึงกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องของภาวะอารมณ์(Moods) ของบุคคลที่แสดงออกผ่านอารมณ์ ความรู้สึก รวมถึงการรู้เท่าทันในความรู้สึกนึกคิดและสภาวะอารมณ์ของตน กระบวนการติดตาม ควบคุมและประเมินภาวะอารมณ์ตนเองด้วย

6. Emotional Literacy ซึ่ง คูเปอร์และซาวาฟ (Cooper&Sawaf, 1996) ใช้โดยหมายถึง ความฉลาดรู้ในอารมณ์ของตนเอง และ ซาโลเวย์ เองก็เคยใช้คำนี้เป็นชื่อหนังสือที่เขาเขียนขึ้น

7. Practical Intelligence โดย สเติร์นเบิร์ก (Sternberg,1998) บอกว่าถือเป็น 1 ใน 3 ด้านของไตรลักษณ์ของจิต (Triarchic Mind) ที่สะท้อนให้เห็นได้จากความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ได้ดี เลือกรับและให้ได้ดี เรียนรู้ได้ด้วยตนเองโดยมุ่งสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้

8. Emotional Maturity โดยอับราฮัมสัน (Abrahamson, 1958) เน้นว่ามนุษย์แต่ละคนพึงสร้างวุฒิภาวะทางอารมณ์เพื่อนำไปสู่ความสุขสบายในอารมณ์ของตนจากการที่เข้าใจภาวะอารมณ์ของตนเอง เขาเชื่อว่าความสุขสบายทางอารมณ์เป็นดัชนีชี้ถึงสุขภาพจิตที่ดี

9. Emotional Learning โดย ดามาซิโอ (Damasio) เห็นว่าเด็กบางคนไม่มีความสามารถในการเรียนรู้แต่มีความเสี่ยงที่จะเรียนไม่จบ และเป็นอาชญากรเพราะขาดการเรียนรู้และระดับอารมณ์ความรู้สึกของตนเนื่องเพราะขาดสติอารมณ์ชั่วคราวเดียวแล้วมาเสียใจภายหลัง

10. Emotional Capital เกิดขึ้นรับกับกระแสด้านการบริหารจัดการในองค์การที่มองบุคคลในฐานะ Human Capital เป็นอาวุธขององค์การ ดังจะเห็นได้จากการสัมมนาระดับชาติของ Institute of Personnel Development ของสหราชอาณาจักรเมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2541

11. Emotional Knowledge แหล่งรวมข้อมูลเกี่ยวกับอารมณ์และประสบการณ์ทางอารมณ์ของบุคคลที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเองและของผู้อื่นเพื่อใช้ในการทำความเข้าใจและการตีความภาวะแวดล้อม

12. Emotional IQ ซาโลเวย์และเมเยอร์ (Salovey&Mayer) ใช้คำนี้ในการสะท้อนให้เห็นว่าสติปัญญาเป็นคุณภาพของสมอง ขณะที่อารมณ์เป็นคุณภาพของความรู้สึก อารมณ์ไม่สามารถแยกออกจากสติปัญญาได้และเชื่อว่าความสามารถทางสมองเป็นผลทั้งของเรื่อง Head และ Heart-Smart ที่จะทำให้เกิดภูมิปัญญา (Wisdom) รู้เห็นเท่าทันในความเป็นจริง และได้ประโยชน์

13. Emotional Competence คือ ความสามารถทางอารมณ์ โดยสคาร์น (Scarn,1997) และโกลแมน (Goleman ,1998) เรียกว่า Emotional Intelligence Competencies ที่หมายรวมถึงคุณลักษณะ 6 ประการของ EQ ซึ่งได้แก่

- ความมั่นใจในตนเอง
- การเอาใจเขามาใส่ใจเรา
- ความมุ่งสู่ผลสัมฤทธิ์
- การปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ
- การโน้มน้าวผู้อื่น
- การสร้างทีมงาน

ซึ่งโกลแมนเห็นว่าการมี EQ ไม่ได้เป็นหลักประกันว่าผู้คนจะมีความสามารถทางอารมณ์(Emotional Competence) เพราะการมี EQ สูงแสดงว่าบุคคลนั้นมีศักยภาพที่จะเรียนรู้ และนำเอาพฤติกรรมที่สะท้อนถึงความมี EQ ออกมาปฏิบัติในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี

และเนื่องจากยังไม่มีคำจำกัดความของ Emotional Intelligence ที่แน่นอนในภาษาไทย จึงมีผู้ใช้คำเรียกที่แตกต่างกันมากมาย เช่น สติอารมณ์ เซวน์อารมณ์ ความฉลาดทางอารมณ์ เป็นต้น ซึ่งทุกคนก็ล้วนแต่มีจุดมุ่งหมายและความหมายเดียวกัน ในที่นี้ผู้วิจัยขอใช้ คำว่า “ความฉลาดทางอารมณ์” สำหรับในการกล่าวถึง Emotional Intelligence ซึ่งมีผู้ได้ให้ความหมายของความฉลาดทางอารมณ์ไว้หลายท่านดังต่อไปนี้

ไวซิงเกอร์ (Weisinger, 1998, อ้างถึงใน ญุชนา เอื้อสิริมนต์, 2544, น. 28) ผู้แต่งหนังสือเรื่อง Emotional Intelligence at Work ได้ให้ความหมายของความเซวน์อารมณ์ว่าหมายถึง การใช้ อารมณ์อย่างฉลาด โดยมีความตั้งใจทำให้อารมณ์ของตนเองทำงาน หรือทำประโยชน์ให้กับตนเอง โดยใช้อารมณ์เป็นสิ่งที่ช่วยนำพฤติกรรมและความคิดของตนเองในทางที่ส่งเสริมผลงานของตนเอง

บาร์ออน(Reuven Bar-On, 1997, p.14 อ้างถึงในวีระวัฒน์ บัณฑิตามัย, 2542, น. 30) ได้ให้ความหมายของเซวน์อารมณ์ไว้ว่า เป็นชุดของความสามารถส่วนตัวด้านอารมณ์ และด้านสังคมของบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จของเขาในการต่อกรกับข้อเรียกร้อง และแรงกดดันจากสภาพแวดล้อมทั้งหลายได้เป็นอย่างดี และในปี 1997 Bar-On ได้ให้ความหมายของเซวน์อารมณ์ในคู่มือ

แบบวัดเชาวน์อารมณ์ที่เขาสร้างขึ้นว่าเชาวน์อารมณ์เป็นชุดของขีดความสามารถ สมรรถนะ และทักษะทางจิตพิสัย (affective domain) ที่ส่งผลต่อความสามารถที่จะประสบความสำเร็จในการต่อสู้กับ ข้อเรียกร้อง และแรงกดดันต่างๆ ที่มาจากภาวะแวดล้อม

พระราชวรมณี (2542) ให้ความหมายของความฉลาดทางอารมณ์ คือ การใช้ปัญญา กำกับการแสดงอารมณ์ที่ออกมาให้มีเหตุผล เป็นการแสดงอารมณ์ความรู้สึกออกมาในแต่ละสถานการณ์โดยถือว่าอารมณ์หรือความรู้สึกนั้นเป็นพลังให้เกิดพฤติกรรม ซึ่งถ้าพลังขาดปัญญา กำกับจะเป็นพลังตาบอด ปัญญาจึงเป็นตัวที่จะมากำกับชีวิตของเราให้การแสดงออกเป็นไปในทางที่ถูกต้อง

วิลาสลักษณ์ ชวัลลี (2542) กล่าวว่าความฉลาดทางอารมณ์ หมายถึง ความสามารถของบุคคลที่จะเข้าใจ จัดการ และใช้ประโยชน์จากอารมณ์ของตน สามารถเข้าใจอารมณ์ ความรู้สึกของผู้อื่นและมีสัมพันธภาพที่ดีระหว่างบุคคลได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความฉลาดทางอารมณ์

บาร์ออน (Bar-on , 1992 อ้างถึงใน ทศพร ประเสริฐสุข, 2542) ได้เสนอแนวคิดกับองค์ประกอบของความฉลาดทางอารมณ์โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน 15 คุณลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

1. ความสามารถภายในตน เป็นความสามารถที่มีองค์ประกอบย่อยดังนี้
 - 1.1 ความสามารถในการเข้าใจสภาวะอารมณ์ของตน
 - 1.2 มีความกล้าที่จะแสดงความคิด ความเห็น และความรู้สึกของตน
 - 1.3 การตระหนักรู้ตน คือ มีสติ
2. ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ ได้แก่
 - 2.1 ความสามารถในการสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น
 - 2.2 มีน้ำใจเอื้ออาทร ห่วงใยผู้อื่น
 - 2.3 ตระหนักรู้เท่าทันในความรู้สึกนึกคิดของผู้อื่น
3. ความสามารถในการปรับตัว ประกอบด้วย
 - 3.1 ความสามารถในการตรวจสอบความรู้สึกของตน
 - 3.2 ความเข้าใจสถานการณ์ต่าง ๆ และสามารถตีความได้ถูกต้องตรงตามความเป็นจริง
 - 3.3 มีความยืดหยุ่นในความคิดและความรู้สึกของตนเป็นอย่างดี
 - 3.4 มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี

4. มียุทธวิธีในการจัดการกับความเครียด ประกอบด้วย
 - 4.1 การจัดการกับความเครียด การบริหารความเครียด
 - 4.2 ควบคุมอารมณ์ได้อย่างดี แสดงออกได้อย่างเหมาะสม
5. การจูงใจตนเอง ได้แก่
 - 5.1 การมองโลกในแง่ดี
 - 5.2 การแสดงออกในความรู้สึกที่เป็นสุขที่สามารถสังเกตเห็นได้
 - 5.3 สร้างความสนุกสนานให้เกิดแก่ตนเองและผู้อื่น

เมเยอร์และซาโลเวย์ (Mayer and Salovey, 1990, อ้างถึงในวิระวัฒน์ ปันนิตา มัย, 2542, น.60-62) ได้แสดงทัศนคติว่าความฉลาดทางอารมณ์เป็นเรื่องของการปรับตัวใน 3 ลักษณะ กล่าวคือ

1. การรู้จักภาวะอารมณ์ของตน (Appraisal and expression of emotion) คือ การประเมินภาวะอารมณ์ได้อย่างถูกต้องและแสดงออกได้อย่างเหมาะสม การที่บุคคลสามารถรับรู้ ระบุและจำแนกภาวะอารมณ์ที่เกิดขึ้นในตนได้ เป็นปัจจัยนำที่เอื้อต่อความสามารถในการปรับตัว ที่แสดงออกทางอารมณ์ เช่น เด็กสามารถรับรู้ภาวะอารมณ์ที่แสดงออกมาทางสีหน้าได้อย่างถูกต้องแปรผันตามระดับอายุ คือยิ่งโตขึ้นก็จะยิ่งรับรู้อารมณ์ได้ถูกต้องมากขึ้น

2. การควบคุมอารมณ์ (Regulation of emotion) คือ การกำกับดูแลภาวะอารมณ์ ทั้งของตนเองและของผู้อื่นได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ทั้งในแง่ของกายกรรม วลีกรรม และ มโนกรรม

3. การใช้ความฉลาดทางอารมณ์ (Utilization of emotion) คือความสามารถในการใช้ประโยชน์จากภาวะอารมณ์ของตนในการแก้ไขปัญหา หรือช่วยในการปรับตัว

ซึ่งต่อมาในปี ค.ศ. 1997 เมเยอร์และซาโลเวย์ได้ปรับปรุงแนวคิดและการให้นิยามของเขาเพิ่มขึ้นและเสนอว่าความฉลาดทางอารมณ์ประกอบด้วยทักษะในการปรับตัว 4 ขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

1. ความสามารถในการรับรู้ การประเมินและการแสดงออกของภาวะอารมณ์ได้อย่างเหมาะสม หมายถึง ความสามารถในการระบุว่าตนเองและผู้อื่นมีความรู้สึกอย่างไร
2. ความสามารถของอารมณ์ในการกระตุ้นความคิด หมายถึง ความสามารถในการรับรู้และใช้อารมณ์ของตนรับรู้ที่จะช่วยในการเข้าใจว่าตนและผู้อื่นคิดและมีความรู้สึกอย่างไร
3. การเข้าใจ การวิเคราะห์ และการใช้ความรู้สึกเกี่ยวกับอารมณ์ หมายถึง ความสามารถในการเข้าใจว่าสิ่งใดเกิดขึ้นกับอารมณ์ของตนเอง โดยอาจจะมึระดับความเข้มข้นมากขึ้นเข้าใจว่าคนจะมีปฏิกิริยาต่อภาวะอารมณ์ที่แตกต่างกันอย่างไร เข้าใจว่าอารมณ์ที่ซับซ้อน

เป็นส่วนหนึ่งของหนึ่งความฉลาดทางอารมณ์ที่มีความซับซ้อนจะเกิดจากการรวมกันของอารมณ์ที่ซับซ้อนน้อยกว่าหลายอารมณ์ นอกจากนี้ยังเข้าใจลูกโซ่ของอารมณ์ว่ามีผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงอย่างไรจากภาวะอารมณ์หนึ่งไปยังภาวะอารมณ์อื่น ๆ

4. การคิดวิเคราะห์และควบคุมอารมณ์ของตน เพื่อพัฒนาความองคกามด้านเชาวน์ปัญญา และอารมณ์ หมายถึง ความสามารถในการจัดการอารมณ์ของตนเองและผู้อื่นโดยรู้สึกถึงภาวะอารมณ์ที่เกิดขึ้นและใช้ความรู้สึกนั้นประกอบการตัดสินใจได้ดีขึ้น การแสดงอารมณ์บางอย่างเป็นประโยชน์ในระยะเวลาอันสั้น แต่หามีการกำหนดและควบคุมให้ดีแล้วอารมณ์ดังกล่าวจะมีประโยชน์มากขึ้นในระยะยาวอีกด้วย

ซึ่งเมเยอร์และสโลเวย์เห็นว่ากระบวนการของความฉลาดทางอารมณ์ควรพัฒนาจากขั้นแรก ๆ ซึ่งไม่ซับซ้อนไปสู่กระบวนการของจิตใจที่บูรณาการกันอย่างดีมากขึ้นไปขั้นต่อไปจะเห็นว่าในแต่ละขั้นจะมีระดับขีดความสามารถของความฉลาดทางอารมณ์ 4 ระดับจากง่ายไปสู่ยากเช่นกัน

คูเปอร์และซาวาฟ (Cooper and Sawaf, 1997 อ้างถึงใน ทศพร ประเสริฐสุข,2542) ได้เสนอโครงสร้างความฉลาดทางอารมณ์ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 4 องค์ประกอบดังนี้

1. ความรอบรู้ในอารมณ์ (emotional literacy) ช่วยให้เกิดการรับรู้ การควบคุมตนเอง และมีความเชื่อมั่นในตนเอง ประกอบด้วย

- 1.1 ความซื่อสัตย์ในอารมณ์ คือ การรับรู้อารมณ์ตรงตามที่เป็นจริง
- 1.2 การสร้างพลังอารมณ์ (emotional energy) รวบรวมอารมณ์ให้เกิดพลังสร้างสรรค์
- 1.3 ตระหนักรู้ในอารมณ์
- 1.4 รับผลย้อนกลับของอารมณ์ (feedback)
- 1.5 หยั่งรู้ด้วยตนเอง (intuition)
- 1.6 มีความรับผิดชอบ
- 1.7 รู้จักสร้างสัมพันธ์เชื่อมโยง (connection)

2. ความเหมาะสมทางอารมณ์ (emotional fitness) ประกอบด้วย

- 2.1 สร้างความเชื่อถือให้เกิดแก่นตน
- 2.2 มีความเชื่อ ศรัทธา และมีความยืดหยุ่น
- 2.3 สร้างสรรค์อยู่ตลอดเวลา ไม่พอใจที่จะอยู่กับที่
- 2.4 ความสามารถที่กลับสู่สภาพปกติ และเดินหน้า

3. ความลึกซึ้งทางอารมณ์ (emotional depth) เป็นการสำรวจแนวทางที่จะปรับชีวิต และ หน้าที่การงานให้เข้ากับศักยภาพและเป้าหมายของตัวเอง ประกอบด้วย

3.1 ความผูกพันในงาน รู้รับผิดชอบและมีสติ

3.2 มีเป้าหมายและศักยภาพที่โดดเด่น

3.3 มีความซื่อตรง ทำงานอย่างซื่อสัตย์และยึดหลักจริยธรรม รักษามาตรฐานส่วนบุคคล ทำตามทีพูด รักษาคำพูด ยอมรับข้อผิดพลาดที่ตนกระทำอย่างเปิดเผย

3.4 สามารถโน้มน้าวใจผู้อื่นโดยปราศจากการใช้อำนาจ

4. ความกลมกลืนและความไปกันได้ทางอารมณ์ (emotional alchemy) เป็น สัญชาติญาณ ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และสมรรถภาพที่จะเผชิญปัญหาและความกดดัน ประกอบด้วย

4.1 การแสดงออกด้านการหยั่งรู้

4.2 สามารถคิดใคร่ครวญ

4.3 การเล็งเห็นโอกาส

4.4 การสร้างอนาคต

โกลแมน (Goleman, 1999) ให้ความหมายของความฉลาดทางอารมณ์ว่าเป็นความสามารถในการตระหนักรู้ถึงความรู้สึกของตนเองและผู้อื่น เพื่อการสร้างแรงจูงใจในตนเอง สามารถจัดการอารมณ์ของตนและอารมณ์ที่เกิดจากความสัมพันธ์ต่างๆ ได้โดยได้เสนอกรอบแนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะทาง ความฉลาดทางอารมณ์ (The Emotional Competence Framework) ไว้ 2 หมวด 5 มิติใหญ่ 25 ปัจจัยย่อย โดยหมวดแรกเป็นหมวดด้านการบริหารตนเอง ประกอบด้วย การตระหนักรู้ในตนเอง (self-awareness) การจัดระเบียบอารมณ์ตนเอง (self regulation) และการจูงใจตนเอง (motivation) หมวดที่สองเป็นทักษะการบริหารความสัมพันธ์ ประกอบด้วย การร่วมรู้สึกร่วม (empathy) และทักษะทางสังคม (social skills) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การตระหนักรู้ในตนเอง (self-awareness) หมายถึง การตระหนักรู้ถึง ความรู้สึก ความชอบ และความสามารถของตนเอง และมีญาณหยั่งรู้ ประกอบด้วย

1.1 การตระหนักรู้อารมณ์ (emotional awareness) หมายถึง การทราบถึง อารมณ์ของตนเองและผลของอารมณ์ที่เกิดขึ้น

1.2 การประเมินตนเองได้อย่างถูกต้อง (accurate self-assessment) หมายถึง การประเมินตนเองได้ตามจริง รู้จักจุดเด่นจุดด้อยของตน

1.3 ความมั่นใจในตนเอง (self-confidence) หมายถึง ความมั่นใจในคุณค่าและ

ความสามารถของตน

2. การจัดระเบียบอารมณ์ของตน (self regulation) หมายถึง การจัดการกับอารมณ์ แรงกระตุ้น และความสามารถของตนได้อย่างเหมาะสม ประกอบด้วย

2.1 การควบคุมตนเอง (self-control) หมายถึง การควบคุมอารมณ์ด้านลบและแรงกระตุ้นได้

2.2 ความเป็นที่ไว้วางใจ (trustworthiness) หมายถึง การคงไว้ซึ่งความซื่อสัตย์ และคุณความดี

2.3 ความรับผิดชอบ (conscientiousness) หมายถึง ความรับผิดชอบในการปฏิบัติของตน

2.4 การปรับตัว (adaptation) หมายถึง การยืดหยุ่นและปรับให้เข้ากับสถานการณ์

2.5 การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ (innovation) หมายถึง การเปิดรับความคิดวิธีการและข้อมูลใหม่ๆ

3. การจูงใจตนเอง (motivation) หมายถึง แนวโน้มของอารมณ์อันนำไปสู่เป้าหมาย ประกอบด้วย

3.1 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (achievement drive) หมายถึง ความพยายามที่จะปรับปรุงเพื่อให้ได้มาตรฐานที่ดีเลิศ

3.2 ภาวะผูกพัน (commitment) หมายถึง การยึดมั่นกับเป้าหมายของกลุ่มและเป้าหมายขององค์การ

3.3 ความคิดริเริ่ม (initiative) หมายถึง การมีความคิดใหม่และพร้อมที่จะปฏิบัติเมื่อมีโอกาส

3.4 การมองโลกในแง่ดี (optimism) หมายถึง การมุ่งสู่เป้าหมายถึงแม้มีอุปสรรคหรือปัญหา

4. การร่วมรู้สึก (empathy) หมายถึง การตระหนักรู้ถึงความรู้สึก ความต้องการและข้อห่วงใยของผู้อื่น ประกอบด้วย

4.1 การเข้าใจผู้อื่น (understanding others) หมายถึง การเข้าใจถึงความรู้สึก มุมมอง และข้อวิตกกังวลของผู้อื่น

4.2 การพัฒนาผู้อื่น (developing others) หมายถึง การทราบถึงข้อควรปรับปรุงของผู้อื่น และการส่งเสริมความรู้และความสามารถของผู้อื่น

4.3 การมีจิตใจไปบริการ (service orientation) หมายถึง การคาดคะเน รับรู้และตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

- 4.4 การเข้าใจความแตกต่างระหว่างบุคคล (leveraging diversity) หมายถึง การสร้างโอกาสจากความแตกต่างระหว่างบุคคล
- 4.5 การตระหนักรู้สถานการณ์ในกลุ่ม (political awareness) หมายถึง การทราบความคิดเห็นของกลุ่มและทราบความสัมพันธ์ของคนในกลุ่ม
5. ทักษะทางสังคม (social skills) หมายถึง ความคล่องในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ต้องการ โดยสามารถแสวงหาความร่วมมือจากผู้อื่นได้ ประกอบด้วย
- 5.1 การมีอิทธิพลต่อผู้อื่น (influence) หมายถึง การมีกลยุทธ์ในการโน้มน้าวผู้อื่นอย่างได้ผล
- 5.2 การสื่อสาร (communication) หมายถึง การฟังผู้อื่นและการส่งสารที่น่าเชื่อถือ
- 5.3 การบริหารความขัดแย้ง (conflict management) หมายถึง การเจรจาต่อรองและแก้ไขความไม่ลงรอยกัน
- 5.4 ความเป็นผู้นำ (leadership) หมายถึง การเป็นแรงบันดาลใจและการเป็นตัวอย่างให้บุคคลหรือกลุ่ม
- 5.5 การกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (change catalyst) หมายถึง การริเริ่มให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดี
- 5.6 การสร้างพันธะผูกพัน (building bonds) หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือในการปฏิบัติ
- 5.7 ความร่วมมือร่วมใจ (collaboration and cooperation) หมายถึง การทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดีและการให้ความช่วยเหลือ
- 5.8 การสร้างทีมงาน (team capabilities) หมายถึง การสร้างพลังร่วมของกลุ่มในการมุ่งสู่เป้าหมาย

โกลแมน (Goleman, 1999) มีความเชื่อว่าความฉลาดทางอารมณ์แตกต่างจากเชาวน์ปัญญาแต่มีส่วนที่เกี่ยวเนื่องกัน ความฉลาดทางอารมณ์มีบทบาทในการกำหนดบุคลิกภาพที่พึงปรารถนา ช่วยสร้างวุฒิภาวะทางอารมณ์ที่เจริญสมวัย สร้างความสามารถในการปรับตัวเพื่อแก้ไขปัญหา ช่วยให้เราสามารถเผชิญต่อความเครียดและแรงกดดันของชีวิตในภาวะการณณ์แข่งขันได้ดี

ผู้ที่ตระหนักรู้ในตนเอง เป็นบุคคลที่มีความเข้าใจในอารมณ์และความต้องการของตนเอง มีความซื่อสัตย์ต่อตนเองและผู้อื่น มีความมั่นใจในความสามารถของตน รู้ว่าอารมณ์มีอิทธิพลต่อตนเอง ต่อผู้อื่น และต่อผลการปฏิบัติงานอย่างไร รู้จักใช้อารมณ์โกรธในทางที่สร้างสรรค์ ผู้ที่ตระหนักรู้ถึงอารมณ์ของตนเองจะกลับคืนสู่อารมณ์ในสภาพปกติได้เร็วกว่าผู้ที่ไม่ตระหนักรู้ถึงอารมณ์ของตนเอง การตระหนักรู้ในตนเองมีส่วนช่วยให้บุคคลรู้ถึงคุณค่าและจุดมุ่งหมายของตน กล่าวพูด

ถึงข้อจำกัดและความสามารถของตน ผู้ที่ตระหนักรู้ในตนเองจึงไม่ชอบทำอะไรที่เกินกำลังหรือไม่คิดว่าทำได้ กล้าที่จะตัดสินใจเพื่อเดินไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตนคาดหวังไว้ ในขณะที่ผู้จัดการตระหนักรู้ในตนเองมักมีความลำบากในการตัดสินใจเนื่องจากไม่มีความชัดเจนในตนเอง การจัดระเบียบอารมณ์ของตนมีส่วนช่วยให้บุคคลไม่ตกเป็นทาสของอารมณ์ ผู้ที่สามารถจัดระเบียบอารมณ์ของตนได้จะสามารถควบคุมอารมณ์และแสดงอารมณ์ออกมาในทางที่ควรก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเอง เป็นผู้ที่เมื่อเหตุผลสามารถยับยั้งชั่งใจขอได้ ไม่ผลีผลามทำการตัดสินใจ รอจนได้รับข้อมูลเพิ่มเติมอย่างเพียงพอเสียก่อนจึงทำงานตัดสินใจ นอกจากนี้การจัดระเบียบอารมณ์ยังมีส่วนส่งเสริมให้เกิดความเชื่อสัจธรรมในตนเองอีกด้วย

ผู้ที่มีการจูงใจตนเองจะเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ รักการเรียนรู้ มีความภาคภูมิใจในผลการปฏิบัติงานของตน พยายามจะพัฒนาผลการปฏิบัติงานของตนให้ดียิ่งขึ้น มีความสนใจในสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว มองโลกในแง่ดี ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค มองปัญหาที่เกิดขึ้นเสมือนสิ่งที่ท้าทายความสามารถ การร่วมรู้สึกช่วยให้บุคคลตระหนักรู้ถึงความต้องการและความรู้สึกของผู้อื่น มีความเข้าใจในการดำเนินชีวิต ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างสามารถรู้ถึงความนัยที่ซ่อนอยู่ในคำพูดของบุคคลอื่น ก่อให้เกิดการแสดงออกที่เหมาะสมมีส่วนช่วยส่งเสริมทักษะทางสังคม

ทักษะทางสังคมไม่ได้หมายถึงการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเท่านั้นหากยังรวมถึงความสามารถในการชักจูงผู้อื่นให้ปฏิบัติตามหรือคล้อยตามตนเองได้ บุคคลที่จะสามารถบริหารสัมพันธ์ภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นต้องเป็นผู้ที่สามารถเข้าใจอารมณ์ของตน สามารถควบคุมอารมณ์ของตน และร่วมรู้สึกกับความรู้สึกของผู้อื่นได้

โกลแมน (Goleman, 1999) ยังได้กล่าวว่า ความฉลาดทางอารมณ์ไม่ได้ถูกกำหนดตายตัวมาจากพันธุกรรม และไม่ได้พัฒนามากในช่วงวัยเด็กตอนต้นเหมือนเชาวน์ปัญญาแต่ความฉลาดทางอารมณ์ส่วนใหญ่เกิดจากการเรียนรู้และสามารถดำเนินต่อไปเรื่อยๆ ดังนั้นจึงเป็นสิ่งที่สามารถพัฒนาได้แม้เข้าสู่วัยทำงานแล้วก็ตาม การมีความฉลาดทางอารมณ์สูงไม่ได้รับประกันว่าบุคคลที่ได้เรียนรู้ความสามารถทางอารมณ์ (emotional competencies) ที่จำเป็นสำหรับการทำงาน แต่หมายความว่าบุคคลมีศักยภาพดีเยี่ยมที่จะเรียนรู้ความสามารถเหล่านั้น ตัวอย่างเช่น บุคคลอาจสามารถเข้าใจในความรู้สึกของผู้อื่น แต่อาจยังไม่สามารถที่จะเป็นผู้นำที่สามารถทำให้ผู้อื่นทำตามที่ต้องการได้

โกลแมน (Goleman, 1999) เชื่อว่าไม่มีผู้ใดที่มีสมรรถนะทางความฉลาดทางอารมณ์ ทั้ง 25 ด้าน แต่ละคนก็มีจุดด้อยที่แตกต่างกันไป แต่คนที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูง ๆ จะมีบาง

สมรรถนะที่โดดเด่น ปกติแล้วจะมี 5-6 ด้านที่ครอบคลุมในทุก ๆ มิติของความฉลาดทางอารมณ์ และแต่ละมิติของเขาว์อารมณ์มีคุณลักษณะ 5 ประการคือ

1. เป็นเอกเทศ แต่ละมิติต่างมีผลต่อการปฏิบัติงาน
2. เกื้อกูลกัน มีอิทธิพลต่อกัน เช่น หากขาดทักษะทางสังคมมีผลให้นำทีมได้ไม่ดี
3. เป็นลำดับขั้น หากไม่รู้จักรักตนเอง จนไม่สามารถควบคุมตนเองและเข้าใจผู้อื่นได้ยาก
4. สำคัญแต่ยังไม่เพียงพอ เมื่อมีความฉลาดทางอารมณ์แล้ว บรรยากาศ และวัฒนธรรมองค์กรต้องเกื้อหนุนด้วย
5. เป็นแบบฉบับได้ทุกมิติ ทุกองค์ประกอบ ประยุกต์ใช้ได้กับงานแต่ละประเภทแตกต่างกัน

ผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์เพียงมีทักษะความฉลาดทางอารมณ์ครอบคลุมทั้ง 5 มิติแต่ละคนจะมีทักษะความสามารถของความฉลาดทางอารมณ์ในมิติที่ 1-5 ในระดับที่แตกต่างกันผู้ที่มีทักษะความฉลาดทางอารมณ์ด้านเห็นอกเห็นใจผู้อื่นสูงอาจเป็นผู้ที่รู้จักตนเองไม่ตึ้นัก บางคนเก่งในความเข้าใจและช่วยเหลือผู้อื่นมากแต่พอเจอปัญหาแล้วแก้ไขด้วยตนเองไม่ได้ ผู้ที่มีสติรู้เท่าทันภาวะอารมณ์ของตน ระวังดะวังคำพูด และการโต้ตอบของตนกับผู้อื่น อาจจะมีทักษะการเข้าสังคมไม่ตึ้นัก มีแนวโน้มที่จะเก็บตัว ชอบคิดมากกว่าพูด

เมื่อพิจารณาความแตกต่างของความฉลาดทางอารมณ์ระหว่างเพศหญิงและเพศชาย พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วผู้หญิงเป็นผู้ที่รู้จักภาวะอารมณ์ของตนได้ดีกว่าผู้ชาย มีการแสดงความเห็นอกเห็นใจ ช่วยเหลือเกื้อกูล แสดงความมีน้ำใจ มีความเก่งในการเข้าสังคมมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายมีแนวโน้มที่จะมีความมั่นใจในตนเอง มองโลกในแง่ดี อดทนต่อความเครียดแรงกดดันได้ดีกว่าเพศหญิง และสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้มากกว่า ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าผู้ชายบางคนไม่มีความเอื้ออาทรหรือเชิงซ้ำต่อความรู้สึกของผู้อื่น ผู้หญิงบางคนเป็นผู้ที่มีความสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า สามารถเผชิญความเครียดและแรงกดดันได้ดีกว่าผู้ชายโดยภาพรวมแล้ว ความฉลาดทางอารมณ์ของเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกัน

ทศพร ประเสริฐสุข (2542) ได้สรุปว่าผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์ควรจะเป็นผู้ที่

1. สามารถจูงใจและให้กำลังใจตนเอง
2. สามารถเผชิญกับความคับข้องใจ และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างราบรื่น
3. สามารถควบคุมแรงกระตุ้นภายในของตนที่เรียกว่าสามารถควบคุมตัวเองได้
4. สามารถรอคอยการตอบสนองความต้องการ
5. มีวิธีการจัดการความเครียดที่จะไปขัดขวางความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของตนได้อย่างดี

6. สามารถควบคุมอารมณ์ บริหารจัดการอารมณ์ได้
7. มีสัมพันธภาพที่ดีกับบุคคลรอบข้าง
8. เป็นผู้นำและสามารถอยู่ร่วมกับบุคคลอื่น ๆ ได้อย่างมีความสุข ทั้งที่บ้าน สถานศึกษา ที่ทำงาน และในสังคม
9. เป็นผู้มีสุขภาพจิตดี มีความสุข

จากแนวคิดและทฤษฎีของความฉลาดทางอารมณ์ที่ได้นำเสนอมา ผู้วิจัยเห็นว่าแนวคิดของโกลแมน (Goleman, 1999) เป็นแนวคิดที่มีความแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงใช้แนวคิดของ โกลแมน (Goleman, 1999) ในการประเมินระดับของความฉลาด

ความหมายของพฤติกรรมกรมการเผชิญความเครียด

พฤติกรรมกรมการเผชิญความเครียดเป็นกลุ่มของพฤติกรรมที่บุคคลใช้ในการตอบสนองต่อความเครียดที่มากระทบ โดยผลลัพธ์ที่ตามมาอาจจะคล้ายคลึงหรือแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ หากบุคคลมีพฤติกรรมกรมการเผชิญความเครียดที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพจะสามารถปรับตัวได้และดำเนินชีวิตได้อย่างปกติสุข ในทางตรงกันข้ามถ้าบุคคลไม่สามารถปรับตัวได้อย่างเหมาะสม ย่อมก่อให้เกิดความผิดปกติทั้งทางร่างกายและจิตใจได้

โมนาทและลาซารัส (Monat and Lazarus, 1978) ได้อธิบายได้ว่า พฤติกรรมกรมการเผชิญความเครียดเป็นกลไกที่บุคคลใช้เพื่อรักษาภาวะสมดุลทางจิตใจ ในภาวะที่บุคคลต้องพบกับปัญหาที่ท้าทายและรุนแรง เช่น การเจ็บป่วย การสูญเสีย การถูกคุกคาม สิ่งเหล่านี้ถือเป็นภาวะตึงเครียด ซึ่งทำให้บุคคลต้องมีการโต้ตอบ โดยการหาวิธีการต่าง ๆ เพื่อขจัดหรือบรรเทาเหตุการณ์ที่ตึงเครียดนั้น เราเรียกวิธีเหล่านั้นว่า “พฤติกรรมกรมการเผชิญความเครียด”

ลาซารัส (Lazarus, 1991) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมกรมการเผชิญความเครียดว่าเป็นความพยายามทั้งการกระทำและความนึกคิดที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นทั้งภายในและภายนอก โดยบุคคลต้องใช้แหล่งประโยชน์มากกว่าปกติในการจัดการกับสิ่งกระตุ้นนั้น

อิกเนทาวีเชียสและเบย์นี่ (Ignatavicius and Bayne, 1991) ให้ความหมายพฤติกรรมกรมการเผชิญความเครียดว่าเป็นพฤติกรรมหรือความคิดที่บุคคลใช้เพื่อควบคุมสาเหตุของความเครียดหรือควบคุมความรู้สึกเครียด บุคคลจะใช้สติปัญญาในการเลือกวิธีการเผชิญความเครียดที่เคยใช้แล้วประสบความสำเร็จในอดีตถ้ากลวิธีนี้ใช้แล้วไม่ประสบความสำเร็จบุคคลจะคัดเลือกวิธีอื่นต่อไป

อารยา ด้านพานิช (2542) กล่าวว่าพฤติกรรมการเผชิญความเครียด หมายถึง กระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องเริ่มจากการรับรู้ต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดความเครียด โดยผ่านกระบวนการทางความคิด บุคคลจะแสดงพฤติกรรมในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งหรือหลายรูปแบบที่มีความสัมพันธ์กับความรูสึกนึกคิด จิตใจ และอารมณ์ในขณะนั้น ต่อสิ่งที่มาคุกคาม หรือเหตุการณ์ที่ทำให้ตึงเครียด เพื่อขจัดหรือ บรรเทาเหตุการณ์ตึงเครียดนั้น

รูปแบบพฤติกรรมการเผชิญความเครียด

พฤติกรรมการเผชิญความเครียด (Cook and Heppner, 1997) หมายถึง ความพยายามของบุคคลทั้งด้านความคิดและการกระทำเพื่อจัดการบรรเทา ลดความต้องการ หรือ ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอก โดยแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบคือ

1. พฤติกรรมการเผชิญความเครียดแบบมุ่งเน้นการแก้ปัญหา (problem-focused coping) ประกอบด้วย 6 พฤติกรรมย่อยดังนี้

1.1 การลงมือกระทำการเผชิญปัญหา (active coping) คือ การลงมือแก้ปัญหา เพื่อขจัดสิ่งที่ก่อให้เกิดความเครียด รวมถึงการเพิ่มความพยายามในการเผชิญความเครียด

1.2 การวางแผน (planning) คือ การคิดเกี่ยวกับวิธีในการเผชิญกับสิ่งที่ก่อให้เกิดความเครียด รวมถึงการดำเนินการจัดการกับความเครียด

1.3 การระงับกิจกรรมอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง (suppression of competing activities) คือ การระงับความสนใจต่อสิ่งอื่น ๆ เพื่อที่จะมุ่งให้ความสนใจกับการเผชิญสิ่งที่ก่อให้เกิดความเครียดได้อย่างเต็มที่

1.4 การชะลอการเผชิญปัญหา (restraint coping) คือ การรอโอกาสที่เหมาะสมที่จะสามารถใช้วิธีการเผชิญปัญหากับสิ่งที่ก่อให้เกิดความเครียดไม่กระทำการใด ๆ ก่อนเวลาอันควรซึ่งจะส่งผลให้ปัญหานั้นเลวร้ายลงไปอีก

1.5 การตีความหมายใหม่ในทางบวกและการเติบโต (positive reinterpretation and growth) คือ การมองสถานการณ์ที่ก่อให้เกิดความเครียดในทางบวกเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ได้รับ

1.6 การยอมรับ(acceptance) คือการยอมรับความจริงตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

2. พฤติกรรมการเผชิญความเครียดแบบมุ่งเน้นการแสวงหาสิ่งสนับสนุนทางสังคม (social support) ประกอบด้วย 2 พฤติกรรมย่อย ดังนี้

2.1 การแสวงหาการสนับสนุนทางสังคมเพื่อแก้ปัญหา (seeking social support for instrumental reasons) คือ การขอคำปรึกษา การขอข้อมูล และขอแนวทางในการแก้ปัญหาจากผู้ที่เคยประสบปัญหา

2.2 การแสวงหาการสนับสนุนทางสังคมเพื่อรับกำลังใจ (seeking social support for emotional reasons) คือ การขอกำลังใจ ความเห็นอกเห็นใจ และความเข้าใจจากบุคคลอื่น

3.พฤติกรรมการเผชิญความเครียดแบบหลีกเลี่ยงปัญหา (avoidance coping)

ประกอบด้วย 4 พฤติกรรมย่อย ดังนี้

3.1 การปฏิเสธ (denial)คือ การพยายามที่จะปฏิเสธความเป็นจริงและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

3.2 การไม่เกี่ยวข้องทางพฤติกรรม (behavioral disengagement) คือ การลดหรือละทิ้งความพยายามในการเผชิญกับสิ่งที่ก่อให้เกิดความเครียด

3.3 การไม่เกี่ยวข้องทางความคิด (mental disengagement) คือ การไม่ลงมือจัดการกับสิ่งที่ก่อให้เกิดความเครียด การหนีจากปัญหาโดยการทำกิจกรรมอื่นเพื่อไม่ให้คิดถึงปัญหาที่เกิดขึ้น

3.4 การใช้สุราและยาเสพติด (alcohol and/or drug use) คือ การเสพสุรา หรือ ยาเสพติด เพื่อให้ลืมจากความเครียดหรือปัญหาที่เผชิญอยู่

ลาซารัส (Lazarus, 1991) ได้แบ่งพฤติกรรมการเผชิญความเครียดออกเป็น 2

ลักษณะคือ

1. พฤติกรรมการเผชิญความเครียดแบบมุ่งแก้ปัญหา (problem-focused coping) เป็นวิธีการที่บุคคลพยายามแก้ไขปัญหหรือสถานการณ์ที่ก่อให้เกิดความเครียด โดยการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้สถานการณ์ที่ตึงเครียดนั้นดีขึ้น รู้จักจัดการกับแหล่งของความเครียดโดยพยายามแก้ที่ตัวปัญหาตามขั้นตอนของการแก้ไขปัญหา ได้แก่ การค้นหาสาเหตุของปัญหาว่าเกิดจากอะไร การคิดหาวิธีต่าง ๆ เพื่อแก้ปัญหา และการเลือกวิธีการแก้ปัญหาที่คิดว่าเหมาะสมมากที่สุด เป็นต้น

2. พฤติกรรมการเผชิญความเครียดแบบการจัดการกับอารมณ์ (emotion-focused coping) เป็นการปรับอารมณ์หรือความรู้สึก เพื่อไม่ให้ความเครียดนั้นทำลายขวัญกำลังใจหรือลดประสิทธิภาพในการทำหน้าที่ของบุคคลโดยใช้กลไกทางจิต เพื่อลดความตึงเครียดทางด้านจิตใจ ได้แก่ การหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์หรือปัญหา การเล่นเกมกีฬาหรือทำกิจกรรมที่ทำให้สมองไม่

หมกมุ่นกับปัญหา กรนังสมาธิ การแสวงหาสิ่งสนับสนุนทางจิตใจ การโทษตนเอง และการแสดงความรัก เป็นต้น

เทเลอร์ (Taylor, 1994) ได้แบ่งพฤติกรรมการเผชิญความเครียดออกเป็น 2 แบบคือ

1. พฤติกรรมการเผชิญความเครียดระยะสั้น (short-term method) เป็นพฤติกรรมการเผชิญความเครียดที่มุ่งการเปลี่ยนแปลงความไม่พอใจหรือความโกรธของตนมากกว่าการเปลี่ยนแปลงสาเหตุของความเครียด จุดประสงค์คือการทำให้ตนสบายใจขึ้น แม้ว่าการเปลี่ยนแปลงนี้จะช่วยให้ลดความวิตกกังวลลงได้แต่ก็ไม่ได้ช่วยให้บุคคลปรับตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ พฤติกรรมการเผชิญความเครียดแบบนี้จะช่วยลดความตึงเครียดลงชั่วคราวเท่านั้น ได้แก่ การใช้ยา กล่อมประสาท ยานอนหลับ แอลกอฮอล์ การฝึนกลางวัน การรับประทานอาหารมาก เป็นต้น และหากใช้พฤติกรรมการเผชิญความเครียดแบบนี้เป็นเวลานานอาจทำลายสุขภาพได้

2. พฤติกรรมการเผชิญความเครียดระยะยาว (long-term method) เป็นพฤติกรรมการเผชิญความเครียดที่มุ่งจัดการกับสาเหตุความเครียด แม้ว่าความเครียดไม่ได้ถูกจำกัดไปโดยตรงแต่สาเหตุของความเครียดจะถูกกำจัดอย่างต่อเนื่อง เป็นการเผชิญหน้ากับสาเหตุของความเครียดมากกว่าจะถอยหนีได้แก่ การใช้ประสบการณ์ในอดีต การอธิบายปัญหา การค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม เป็นต้น

สมจิต หนูเจริญกุล (2537) ได้แบ่งพฤติกรรมเผชิญความเครียดไว้ 5 แบบคือ

1. การแสวงหาข้อมูลเป็นความพยายามที่จะเรียนรู้และเข้าใจปัญหาเพื่อหาทางแก้ไข
2. การกระทำโดยตรงเป็นการกระทำเพื่อจัดการกับเหตุการณ์ที่ประเมินว่าเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความเครียด
3. การหยุดยั้งการกระทำตรงข้ามกับการกระทำโดยตรงคือไม่ทำอะไรเลยหยุดกระทำกิจกรรมที่คิดว่าเป็นอันตราย
4. การแสวงหาความช่วยเหลือหรือแรงสนับสนุนทางสังคมจากบุคคลรอบข้าง
5. การใช้กลไกทางจิตเป็นกระบวนการความนึกคิดที่ต้องการปรับภาวะอารมณ์ให้รู้สึกดีขึ้น รวมถึงการประเมินเหตุการณ์เสียใหม่ เบี่ยงเบนความสนใจ แสวงหาความพอใจจาก สิ่งอื่น การใช้กลไกการป้องกันตนเอง เช่น การปฏิเสธ เก็บกด เป็นต้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเผชิญความเครียด

เมื่อเกิดความเครียดบุคคลจะมีพฤติกรรมการเผชิญความเครียดในลักษณะที่ต่างกัน

ออกไปเพื่อปรับสภาวะร่างกายและจิตใจให้เข้าสู่สภาวะสมดุล การเผชิญความเครียดของบุคคล จะประสบความสำเร็จมากน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ การ์ทันด์และบุช (Gartand and Bush, 1982) กล่าวว่า พฤติกรรมการเผชิญความเครียดต้องอาศัยทั้งแหล่งภายในและภายนอก แหล่งภายใน คือ การที่บุคคลเรียนรู้ที่จะตอบสนองต่อสิ่งที่มาคุกคามโดยอาศัยความสามารถและความพยายามของตน ได้แก่ การใช้อารมณ์ขัน การพึ่งตนเอง การเรียนรู้ที่จะแก้ไขและควบคุมภาวะเครียดที่เกิดขึ้น สำหรับแหล่งภายนอก คือ การใช้ความรู้จากแหล่งที่ใช้บริการการได้รับความช่วยเหลือสนับสนุนจากคนในสังคม นอกจากนี้ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเผชิญความเครียดไว้ดังนี้

1. ความรุนแรงของความเครียด ระดับความรุนแรงของความเครียดที่แตกต่างกัน จะทำให้บุคคลใช้กลวิธีในการเผชิญความเครียดต่างกัน
2. ระยะเวลาของการเกิดความเครียด ในระยะแรกบุคคลอาจไม่สามารถปรับตัวได้เมื่อเวลาผ่านไปบุคคลจะสามารถปรับตัวได้ดีในที่สุด
3. ความเครียดที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิดมาก่อน เช่น การสูญเสียบุคคลที่รักไปอย่างกะทันหัน
4. อายุ กล่าวคือ เด็กเมื่อเผชิญกับภาวะวิกฤติจะมีความผิดปกติทางจิตใจมากกว่า ผู้ใหญ่ ในวัยรุ่นต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการเผชิญความเครียด ส่วนผู้สูงอายุมีความสามารถในการเผชิญความเครียดต่ำลง
5. ประสบการณ์ในอดีต บุคคลที่เคยเผชิญกับสถานการณ์ทำนองเดียวกันมาก่อน จะมีความเข้าใจและเรียนรู้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้ดี และสามารถเลือกใช้วิธีการเผชิญความเครียดได้เหมาะสม
6. เพศ เพศชายจะได้รับการคุกคามจากความเครียดมากกว่าเพศหญิง
7. ระดับการศึกษา จะช่วยให้บุคคลมีความรู้ สามารถแยกแยะได้ว่าอะไรคือปัจจัยที่ช่วยบรรเทาอันตรายจากสิ่งที่มาคุกคาม และประเมินสถานการณ์ได้เหมาะสมกว่าผู้มีการศึกษาน้อย
8. ฐานะทางเศรษฐกิจ ผู้ที่มีความเป็นอยู่ที่ดีย่อมสามารถเผชิญความเครียดได้ดีกว่าผู้ที่มีฐานะยากจน
9. ความเชื่อ ทำให้บุคคลสามารถควบคุมหรือเอาชนะต่อสิ่งคุกคามบางอย่าง เช่น ความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ พระเจ้า เป็นต้น
10. วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี บางวัฒนธรรมช่วยประคับประคอง และมีกิจกรรมลดความรุนแรงของความเครียด แต่บางวัฒนธรรมกลับส่งเสริมให้เกิดความเครียด

11. การสนับสนุนทางสังคม การสนับสนุนทางสังคมเป็นกลไกให้บุคคลสามารถเผชิญ ความเครียดได้ดีขึ้น การสนับสนุนด้านข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จะทำให้บุคคลเกิดการแสวงหาวิธีการเผชิญความเครียดแบบใหม่ และช่วยบรรเทาความรุนแรงของความเครียดลงด้วย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการ

ความหมายของคุณภาพ

พจนานุกรมของเวบสเตอร์(New York: Simon & Schuster, 1988), p. 1099. ได้ให้ความหมายของคุณภาพว่าหมายถึง สิ่งที่ได้มาซึ่งระดับของความดีเลิศ

พอล ดิคเคินส์ (Paul Dickens, Quality and Excellence in Human Services อ้างถึงใน ธีรดา เนียมอยู่) กล่าวว่า คุณภาพ หมายถึง ระดับความเป็นเลิศ (Degree of excellence) ใน คุณลักษณะโดยรวมของผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ปราศจากข้อบกพร่อง และตอบสนองความต้องการ เป็นที่พึงพอใจของลูกค้าหรือผู้รับบริการ และเกิดประโยชน์ตามความต้องการของลูกค้า

พาราซูรามานและคณะ(Parasuraman Zeithamal andBerry อ้างถึงในธีรดา เนียมอยู่ ,2548)กล่าวว่า คุณภาพขึ้นอยู่กับการรับรู้ของผู้บริโภค (Consumer perception) นั่นคือ คุณภาพในสายตาของผู้บริโภคเกิดจากการเปรียบเทียบความคาดหวังในบริการและสิ่งที่ผู้รับบริการคิดว่าได้รับจากบริการนั้น การบริการจะมีคุณภาพเมื่อผู้รับบริการได้รับในสิ่งที่คาดหวังไว้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 (ราชบัณฑิตยสถาน,กรุงเทพฯ:นานมีบุ๊คส์, 2546) ได้ให้ความหมายของคุณภาพว่า คุณภาพ หมายถึง ลักษณะของความดี ลักษณะประจำและลักษณะสำคัญ หรือลักษณะของความดีเลิศ

พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ.2530 (พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ. 2530, อ้างถึงใน พรรณี สินธุประภา)ให้ความหมายของคุณภาพ ว่าหมายถึง การมองเห็นหรือภาพที่มองเห็นเป็นของดี เป็นสิ่งดี เป็นสิ่งปรารถนาของบุคคล หากเมื่อตั้งอยู่ คงอยู่ หรือกระทำอยู่ก็จะเกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม

พรรณี สินธุประภา (2548) กล่าวว่า คุณภาพ (Quality) คือ คุณภาพต่างๆ ที่เรามักจะอ้างกันเสมอ เช่น คุณภาพของสินค้าหรือบริการ ความหมายที่เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปนั้น คุณภาพหมายถึง สิ่งที่เป็นไปตามความต้องการของผู้มารับบริการ หรือสิ่งที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ บริการจะดีหรือไม่ดี คุ่มค่ากับเงินที่จ่ายไปหรือไม่ผู้ให้บริการเท่านั้นจะเป็นผู้บอกได้อย่างชัดเจน คุณภาพของสิ่งใดๆ มักจะเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กันกับคุณภาพของอีกหลายสิ่งหลายอย่าง

ผู้ให้บริการจะถูกประเมินว่ามีคุณภาพดีเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับผู้รับ บริการ คุณภาพจะต้องนึกถึงความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ และเป็นเรื่องของการต้องทำการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเสมอ กิจกรรมใดไม่มีคุณภาพ กิจกรรมนั้นก็จะเป็นไปไม่รอด จึงเป็นสิ่งยืนยันได้ว่า คุณภาพ คือ ความอยู่รอด

ธีรดา เนียมอยู่ สรุปว่า คุณภาพ หมายถึง ระดับของความดีเลิศที่สอดคล้องกับความต้องการหรือความคาดหวังของผู้รับบริการหรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คุณภาพ คือความพอใจของผู้รับบริการนั่นเอง

จากความหมายของ คุณภาพ ดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า คุณภาพ หมายถึง ลักษณะของความดีเลิศ เป็นไปตามความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภค โดยที่ผู้บริโภคจะประเมินว่ามีคุณภาพก็ต่อเมื่อสิ่งที่คิดว่าได้รับเป็นไปตามความคาดหวังของตนเอง

ความหมายของการให้บริการ

เวิลด์ บুক เอ็นไซค์โคพีเดีย ดิกชันนารี (World Book Encyclopaedia Dictionary, อ้างถึงใน L. M. Lash, The Complete Guide to Custom Service, New York: John Wiley & Son, Inc., 1989) ให้คำจำกัดความของการให้บริการว่า เป็นการกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ การให้ความช่วยเหลือ และดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น

ฟิลิป คอทเลอร์ (Philip Kotler ,Marketing Management: analysis planning implement and control, 8th ed. p. 59. อ้างถึงใน ธีรดา เนียมอยู่) กล่าวว่า การให้บริการ หมายถึง กิจกรรมใดๆ หรือการปฏิบัติที่กลุ่มหรือคณะใดคณะหนึ่ง สามารถเสนอสิ่งสำคัญที่มองไม่เห็นเป็นตัวเป็นตน และไม่มีผลในการเป็นเจ้าของผลผลิตของบริการ อาจเป็นหรือไม่เป็นผลิตภัณฑ์ก็ได้

แคสเปอร์และคณะ (Kasper and others,อ้างถึงใน นิชมน ,2545) ได้ให้ความหมายของการให้บริการไว้ว่า การให้บริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ และไม่มีตัวตน ที่เกิดขึ้นระหว่างกระบวนการปฏิสัมพันธ์เพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ซึ่งมักไม่มีการครอบครองทางด้านวัตถุเข้ามาเกี่ยวข้อง

เลห์ตีเนน (Lehtinen , อ้างถึงใน นิชมน จันทรทองแก้ว,2545) กล่าวว่า การให้บริการ คือ กิจกรรมหนึ่ง หรือชุดของกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคล หรืออุปกรณ์อย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

เมอร์ดิกค์และคณะ (Murdick and others, อ้างถึงใน นิชมน จันทรทอง แก้ว ,2545)ให้นิยามคำว่า บริการ ว่าเป็นเสมือนกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ผลิตเวลา (Time) สถานที่ (Place) รูปแบบ (Form) และประโยชน์ใช้สอยทางจิตวิทยา (Psychological Utilities) นอกจากนี้

บริการ ยังเป็นสิ่งที่จับต้องได้ยาก และสามารถเกิดขึ้นและบริโภคไปได้ในเวลาเดียวกัน หรือเกือบจะเวลาเดียวกัน

สแตนตัน (Stanton, อ้างถึงใน นิชมน จันทร์ทองแก้ว ,2545) กล่าวว่า การให้บริการ หมายถึง กิจกรรม หรือผลประโยชน์ใดๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจ ด้วยลักษณะเฉพาะในตัวของมันเองที่จับต้องไม่ได้ และไม่จำเป็นต้องอยู่รวมกับการขายสินค้าหรือบริการใด การให้บริการอาจจะเกี่ยวข้องกับการใช้หรือไม่ใช้สินค้าที่มีตัวตนแต่ไม่ได้แสดงความเป็นเจ้าของสินค้านั้น

อุอิชิโร (Uichiro,อ้างถึงใน ธาณินทร์ สุวงศ์วาร ,2541) สรุปว่าการให้บริการ หมายถึง การให้สิ่งที่ลูกค้าต้องการเพื่อบำบัดทั้งความต้องการและความจำเป็นพร้อมๆ กัน

กรอนรูส์ (Gronroos,อ้างถึงใน อัมพร พิพิธเจริญพร ,2545) ให้ความหมายของการให้บริการว่า หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะไม่สามารถจับต้องได้ ซึ่ง ไม่จำเป็นว่าจะต้องเกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการเสมอไปอาจเกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับบริษัทผู้ผลิต หรือลูกค้ากับระบบของการให้บริการที่จัดไว้ก็ได้เพื่อช่วยผ่อนคลาปัญหาของลูกค้า

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา(อ้างถึงใน พรรณี สินธุประภา ,2548) ได้ให้ความหมายของการให้บริการว่า การให้บริการเป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการให้ลูกค้า เช่น โรงภาพยนตร์ โรงแรม โรงพยาบาล เป็นต้น

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมายของคำว่า “บริการ” ไว้ว่า บริการ หมายถึง ปฏิบัติรับใช้ ให้ความสะดวกต่างๆ เช่น ให้บริการ ใช้บริการ เป็นต้น

พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ. 2530 ให้ความหมายของคำว่าบริการ ว่าหมายถึง การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่างๆ ส่วนความหมายโดยทั่วไปที่มักกล่าวถึง คือ การกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือหรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์(2539)ได้กล่าวว่า บริการคือ พฤติกรรม กิจกรรมหรือการกระทำที่บุคคลหนึ่ง ทำให้หรือส่งมอบต่ออีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมายหรือมีความตั้งใจในการส่งมอบบริการอันนั้น

สมิต สัชฌุกร (2542)ได้กล่าวไว้ว่า การบริการเป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อ และเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่างๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใดๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลาย ในการทำให้คนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ จัดได้ว่าเป็นการให้บริการทั้งสิ้น การจัดอำนวยความสะดวก การสนองความต้องการของผู้ใช้

บริการก็เป็นกาให้บริการ การให้บริการจึงสามารถดำเนินการได้หลากหลายวิธี จุดสำคัญ คือ เป็นการช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และศุกร เสรีรัตน์ (การบริหารการตลาดยุคใหม่, 2539) กล่าวว่า บริการ หมายถึง กิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่ตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้า

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (การบริหารการขายและการจัดจำหน่าย, 2533) ได้สรุปความหมายของการให้บริการลูกค้าว่า การให้บริการลูกค้า หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่กำหนดขึ้นใช้ควบคู่สนับสนุนการขายและการจัดจำหน่ายโดยมุ่งให้ลูกค้าพอใจเกิดอรรถประโยชน์ทางด้านเวลา สถานที่

ธานินทร์ สุวงศ์วาร (2541) ได้สรุปว่า การให้บริการเป็นกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ให้บริการหรือพนักงานกับผู้รับบริการหรือลูกค้า โดยผ่านการปฏิสัมพันธ์ที่มีจุดมุ่งหมายชัดเจน (Purposeful) และทั้งสองฝ่ายต่างมีบทบาทแตกต่างกัน ลูกค้ามีบทบาทเป็นผู้แสดงความประสงค์ ส่วนพนักงานมีบทบาทเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือ ตอบสนองให้เกิดความสะดวกในแนวทางที่ลูกค้าคาดหวัง เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

ชุษณะ รุ่งปัจฉิม (อ้างถึงใน นิคมธน จันทร์ทองแก้ว, 2545) กล่าวว่า การให้บริการ หรือ Service มีความหมาย 2 ระดับ ได้แก่

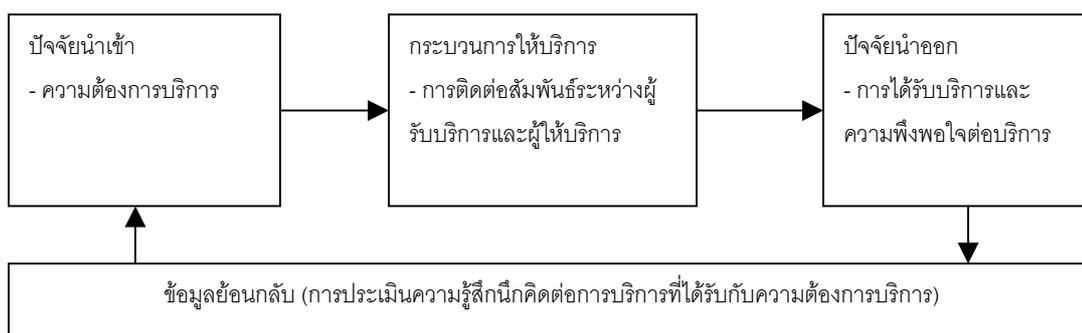
1. ความหมายในระดับพฤติกรรม (Behavioral Approach) เป็นการมุ่งพิจารณาถึงบริการในฐานะที่เป็นกระบวนการในการปฏิบัติ โดยมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการ ในแง่นี้การบริการจึงเป็นเรื่องของการปะทะสังสรรค์หรือการมีกิจกรรมกระทำระหว่างกันของผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ

2. ความหมายในระดับสถาบัน (Institutional Approach) เป็นการมุ่งพิจารณาถึงการบริการในฐานะที่เป็นเรื่องของการประกอบธุรกิจบริการหรืออุตสาหกรรมบริการ ซึ่งถือเป็นสถาบันทางสังคมสถาบันหนึ่ง ซึ่งมีบทบาทและหน้าที่ต่อสังคมในด้านต่างๆ ตามลักษณะการจัดแบ่งหมวดหมู่ของการบริการออกตามประเภทหรือกลุ่มของกิจกรรมที่มีส่วนสัมพันธ์กัน เช่น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมขนส่ง หรืออุตสาหกรรมโรงแรม เป็นต้น ซึ่งในแง่นี้การบริการตามความหมายที่สองนี้จะมีขอบเขตที่กว้างกว่าในความหมายแรก หรืออาจจะกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า การบริการตามความหมายในระดับพฤติกรรมเป็นเพียงส่วนหนึ่งของความหมายระดับสถาบัน

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (อ้างถึงใน นิชมน จันทรทองแก้ว, 2545) กล่าวว่า การให้บริการเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างมีระบบ มีขั้นตอน โดยมีองค์ประกอบของปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ปัจจัยนำออก และข้อมูลย้อนกลับ ดังภาพที่ 2.1

ภาพที่ 2.1

กระบวนการการบริการ



จะเห็นได้ว่าจะเริ่มต้นจากการที่ลูกค้า หรือผู้รับบริการมีความต้องการที่จะรับบริการ (ปัจจัยนำเข้า) ความต้องการนี้เองเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้รับบริการพยายามค้นหาการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการดังกล่าว ผู้รับบริการจึงจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการเพื่อแสดงความต้องการของตนออกมาเพื่อให้ได้การตอบสนองความต้องการ (กระบวนการให้บริการ) และท้ายที่สุด ผู้รับบริการจะได้รับบริการอย่างใดอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ (ปัจจัยนำออก) ผลที่เกิดขึ้นจากการบริการที่ได้รับจะส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้รับบริการ ซึ่งจะขึ้นอยู่กับว่าความต้องการของผู้รับบริการนั้นได้รับการตอบสนองเพียงใด (ข้อมูลย้อนกลับ)

นิชมน จันทรทองแก้ว (2545) สรุปว่า การให้บริการ หมายถึง การกระทำ การปฏิบัติที่เป็นการส่งมอบจากผู้ให้บริการไปสู่ผู้รับบริการ เป็นกระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ โดยสิ่งที่ส่งมอบดังกล่าวอาจจะเป็นสิ่งที่จับต้อง และสัมผัสเห็นได้ยาก ไม่มีความคงทน และไม่เกี่ยวข้องกับการครอบครองทรัพย์สิน

ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น (อ้างถึงใน อัมพร พิพิธเจริญพร, 2545) กล่าวว่า iva การให้บริการ หมายถึง พฤติกรรม กิจกรรม กระบวนการในการกระทำที่บุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลหนึ่งส่งมอบให้แก่อีกบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลอีกกลุ่มหนึ่งอย่างมีเป้าหมายและความตั้งใจ โดยการบริการเป็นสิ่งที่จับต้องหรือสัมผัสได้ยาก แต่เสื่อมสลายง่าย และผู้ให้บริการเป็นผู้สร้างแล้วส่งมอบสู่ผู้รับ

บริการ เพื่อใช้ประโยชน์หรือเพื่อเกิดความสะดวกรสบายในเวลานั้นหรือทันทีทันใดที่เกิดการบริการนั้น

อัมพร พิพิธเจริญพร (2545) สรุปความหมายของการให้บริการว่า หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดจากการที่พนักงานพึงปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย เพื่อสนองตอบความต้องการของผู้รับบริการ ให้ได้รับความสะดวกและความพึงพอใจ

สุประวีณ์ พงษ์ศิริสุนทร (2548) ให้ความหมายของการให้บริการไว้ว่า การให้บริการหมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำที่เกิดขึ้นกับพนักงานบริการส่วนหน้าของโรงแรมและลูกค้าโดยที่พนักงานปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ธีรดา เนียมมอยู่ (2548) สรุปว่า บริการ หมายถึง กิจกรรม หรือการปฏิบัติของกลุ่มหรือคณะใดคณะหนึ่งที่สามารถเสนอสิ่งสำคัญที่มองไม่เห็นเป็นตัวเป็นตนเพื่อตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ โดยมีความพึงพอใจทั้งผู้ให้และผู้รับ

พรรณี สิ้นธุประภา (2548) กล่าวว่า การให้บริการเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่งระหว่างผู้ให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจตลอดจนสภาพแวดล้อมในการบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ

พีรสิทธิ์ คำนวนคิดป์ (อ้างถึงใน พรรณี สิ้นธุประภา ,2548) ได้กล่าวถึง การให้บริการว่าเป็นการปะทะสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ และการบริการที่ดีควรมีหลัก “หน้าไม่อรอไม่นาน วาจา ไพเราะ เสนาะหู”

จากความหมายของการบริการดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การให้บริการ หมายถึง พฤติกรรม กิจกรรม กระบวนการในการกระทำที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลหรืออุปกรณ์อย่างหนึ่งที่เรียกว่าผู้ให้บริการ ส่งมอบสิ่งที่สัมผัสหรือจับต้องได้ยากไปสู่อีกบุคคลหรือกลุ่มบุคคลหนึ่ง ที่เรียกว่าผู้รับบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจการให้บริการอาจจะเกี่ยว ข้องกับการใช้หรือไม่ใช้สินค้าที่มีตัวตนแต่ไม่ได้แสดงความเป็นเจ้าของสินค้านั้น

ความหมายของคุณภาพของการให้บริการ

เซทตามอล (Valarie A. Zeithamal, อ้างถึงใน อภิรดี ปราสาททรัพย์ ,2545) กล่าวถึง คุณภาพของการให้บริการว่าหมายถึง การประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความดีเลิศของการให้บริการ

ฮอฟแมนและเบทสัน (Hoffman and Bateson, อ้างถึงใน นิคมธน จันทร์ทองแก้ว, 2545) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ หมายถึงทัศนคติที่เกิดจากการประเมินการปฏิบัติงานในระยะยาวของบริษัท ส่วนความพึงพอใจของลูกค้านั้นเป็นการวัดในระยะสั้น

ชเมนเนอร์ (Schmenner,อ้างถึงใน นิคมธน จันทร์ทองแก้ว, 2545) ได้กล่าวถึงคุณภาพการบริการไว้ว่า คุณภาพการบริการนั้นได้มาจากการรับรู้บริการที่ได้รับจริงลบด้วยความคาดหวังในการบริการนั้น ดังนั้นถ้าการรับรู้ในการบริการที่ได้รับนั้นมีระดับน้อยกว่าความคาดหวังจะทำให้คุณภาพการบริการนั้นติดลบ หรือรับรู้ว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร และในทำนองเดียวกันถ้าบริการที่ได้รับจริงนั้นมากกว่าสิ่งที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้ คุณภาพการบริการจะเป็นบวก หรือมีคุณภาพในการบริการนั่นเอง จากที่กล่าวมาข้างต้นอาจสรุปได้ว่าคุณภาพในการบริการนั้นจะเกี่ยวข้องกับ 2 ประเด็นคือ การรับรู้ในการบริการที่ได้รับจริงกับความคาดหวังของลูกค้าต่อบริการนั้นๆ

เคิร์ตซ์และโคลว์ (Kurtz and Clow,อ้างถึงใน นิคมธน จันทร์ทองแก้ว,2545) ได้กล่าวว่า คุณภาพการบริการนั้นมีหลัก 3 ประการ ดังนี้

1. คุณภาพการบริการนั้นเป็นสิ่งที่ลูกค้าประเมินได้ยากกว่าคุณภาพของสินค้า
2. คุณภาพการบริการนั้นขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับผลผลิตของการบริการ และจะประเมินจากกระบวนการที่บริการนั้นเกิดขึ้น
3. คุณภาพการบริการเกิดจากการเปรียบเทียบสิ่งที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้กับระดับการบริการที่ได้รับจริง

อภิวดี ปราสาททรัพย์ (2545) สรุปว่าคุณภาพของการให้บริการ คือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ โดยผู้ให้บริการต้องให้บริการที่ดีเลิศตอบสนองความต้องการสูงสุดของผู้รับบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

จินดารัตน์ เบอรพันธุ์ (อ้างถึงใน วีรดา เนียมมอยู่,2548) กล่าวว่า Sheila Carrall and Antony Brewerton สรุปว่าคุณภาพการบริการ หมายถึง ลักษณะหรือคุณสมบัติโดยรวมที่เหมาะสมและสอดคล้องกับข้อ กำหนด หรือความคาดหวังหรือความต้องการของผู้ใช้บริการอันจะนำมาซึ่งความรู้สึกรู้สึกพึงพอใจทุกครั้งที่ใช้บริการ

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (อ้างถึงใน นิคมธน จันทร์ทองแก้ว,2545) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการไว้ว่าเป็น

1. ความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
2. ระดับของความสามารถของบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้า
3. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากที่ได้รับบริการไปแล้ว

ณิชนน จันทรทองแก้ว (2545) สรุปว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง การเปรียบเทียบของลูกค้ำระหว่างสิ่งที่เขาคาดหวังว่าจะได้รับจากการใช้บริการนั้นๆ กับการรับรู้เมื่อได้ใช้บริการนั้นจริงว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ ถ้าช่องว่างการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังต่อการบริการกับการรับรู้บริการที่ได้รับจริงไม่แตกต่างกันมากก็จะรับรู้ว่าเป็นบริการที่มีคุณภาพ

จากความหมายของคุณภาพของการให้บริการดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า คุณภาพของการให้บริการ หมายถึง การประเมินของผู้รับบริการเกี่ยวกับความดีเลิศของการบริการ ซึ่งได้มาจากการเปรียบเทียบความคาดหวังว่าจะได้รับอะไรจากการใช้บริการนั้นๆ กับการรับรู้เมื่อได้ใช้บริการนั้นจริงว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ ถ้าไม่แตกต่างกันผู้รับบริการก็จะรับรู้ว่าการบริการนั้นมีคุณภาพแล้วเกิดความพึงพอใจ

ลักษณะของการให้บริการ

สมิต สัจฉกร (2542) ได้แยกพิจารณาลักษณะของการให้บริการดังนี้

1. เป็นพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อผู้อื่น พฤติกรรมโดยทั่วไปจะเห็นได้จากการกระทำ การบริการจะมีการแสดงออกในลักษณะของสีหน้า แววตา กิริยาท่าทาง คำพูดและน้ำเสียง การแสดงพฤติกรรมที่ปรากฏให้เห็นจะเกิดผลได้ทันทีและตลอดเวลา แปรผลได้รวดเร็ว อันเป็นลักษณะเฉพาะของการบริการ
2. เป็นการกระทำที่สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจ การบริการจะเป็นเช่นไรขึ้นอยู่กับความคิดของผู้ให้บริการ ซึ่งจะแสดงออกถึงอารมณ์ ความรู้สึก ความเชื่อ ความปรารถนา และ ค่านิยม ถ้าสิ่งเหล่านี้สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิด และจิตใจที่ดีก็ย่อมจะมีผลต่อการบริการที่ดีตามไปด้วย
3. เป็นสิ่งที่บุคคลได้กระทำขึ้นอันเชื่อมโยงถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการการบริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคนที่เป็นผู้ให้บริการและต้องการคนเป็นส่วนสำคัญในการสร้างบริการที่ดี เพราะกิจกรรมใดๆ เกี่ยวกับการบริการคนจะต้องมีส่วนสัมพันธ์ในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการเป็นผู้ดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการ

พาราซุรามานและคณะ(Parasuraman et al.,อ้างถึงใน สุประวีณ์ พงษ์ศิริสุนทร, 2548) เป็นกลุ่มนักวิจัยที่สนใจและศึกษาเรื่องของคุณภาพของการให้บริการมาตั้งแต่ปี 1983 ในช่วงเวลานั้นไม่มีวรรณกรรมเกี่ยวกับเรื่องนี้มากนัก แต่มีวรรณกรรมเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้ามากมาย อย่างไรก็ตามกรรมวิธีการควบคุมคุณภาพของสินค้าต่างๆ นั้นไม่สามารถนำมาใช้กับคุณภาพ

ของการให้บริการได้ เนื่องจากการให้บริการนั้นแตกต่างจากสินค้า 3 ประการหลักๆ คือ เรื่องของกรรมวิธีการผลิต การบริโภค และการประเมินผล โดยการบริการจะมีลักษณะเฉพาะตัว ดังนี้

1. การบริการจับต้องไม่ได้ (Intangible) มีผลลัพธ์เป็นผลงาน (Performance) และประสบการณ์มากกว่าเป็นวัตถุ (Objects) ซึ่งนำมาวัดทดสอบโดยตรงไม่ได้ ทำให้ยากในการประเมิน และตรวจสอบคุณภาพ

2. การบริการประกอบขึ้นจากหลายๆ อย่าง มีความหลากหลาย (Varieties) ในตัวเอง หมายถึง คุณภาพบริการอาจเปลี่ยนไปเมื่อเปลี่ยนผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ หรือแม้แต่เปลี่ยนเวลาในการให้บริการ ซึ่งทำให้เกิดความสม่ำเสมอ (Consistency) ได้ยาก ดังนั้นวิธีการในการให้บริการจะต้องมีความหลากหลายในตัวเอง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกันไป

3. การบริการแบ่งแยกไม่ได้ (Inseparable) หมายถึง การผลิต การส่งมอบ และการบริโภคของการบริการจะเกิดขึ้นพร้อมกัน คุณภาพในการบริการมักจะเกิดขึ้นระหว่างการส่งมอบบริการ ซึ่งพบทั่วไปในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการ

4. การบริการไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perishability) หมายถึง การผลิตและการส่งมอบบริการเกิดขึ้นพร้อมกัน จึงไม่สามารถผลิตไว้ล่วงหน้าแล้วเก็บรักษาไว้ เพื่อส่งมอบหรือจำหน่ายภายหลังได้เหมือนสินค้า ดังนั้นเมื่อมีการจัดทรัพยากรและเตรียมความสามารถในการผลิต เช่น โรงแรมมักจัดบริการพิเศษในช่วงเทศกาลปีใหม่ มีการจัดซื้ออุปกรณ์ต่างๆ จัดเตรียมสถานที่ แต่เมื่อถึงเวลากลับไม่มีลูกค้ามาใช้บริการ ทำให้ทรัพยากรที่จัดใช้ไปนั้นสูญเสียเปล่าไม่สามารถที่จะเก็บรักษาไว้ได้

มูดี คอตแทม เคิร์ทและโคลว์ (Mudie and Cottam, Kurtz and Clow, อ้างถึงใน ณิชมน จันทร์ทองแก้ว, 2545) ได้กล่าวถึงลักษณะของงานบริการไว้ว่า งานบริการนั้นเป็นงานที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangible) การบริการเป็นสิ่งที่สัมผัสจับต้องได้ยากคือ การบริการไม่สามารถที่จะเห็น รับรส สัมผัส ได้ยิน หรือได้กลิ่นได้ก่อนที่จะซื้อบริการนั้น งานบริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) การบริการเป็นสิ่งที่แบ่งแยกไม่ได้ คือ ในเรื่องของความแตกต่างระหว่างสินค้ากับบริการ คือ ในเรื่องของลำดับขั้นในการผลิตและการบริโภค การบริการนั้นไม่สามารถแยกลำดับขั้นในเรื่องดังกล่าวได้ชัดเจน เนื่องจากในบางครั้งในการผลิตและบริโภคบริการก็เกิดขึ้นในเวลาใกล้เคียงกันมาก งานบริการมีความหลากหลาย (Variability) การบริการเป็นสิ่งที่มีความหลากหลาย คือ ความแตกต่างในการให้บริการในเรื่องของคุณภาพการบริการอาจจะแปรผันไปตามผู้ให้บริการแต่ละคน และงานบริการไม่คงทน (Perishability) การบริการเป็นสิ่งที่ไม่คงทน คือจะมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาและนอกจากนี้แคสเปอร์และคณะ(Kasper et al.) ยังได้เพิ่มลักษณะ

ของงานบริการที่นอกเหนือจาก 4 ประการข้างต้น คืองานบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถ เก็บรักษาไว้ได้

ซีเพียลและคณะ (Czepiel et al., อ้างถึงใน ธาณินทร์ สุวงศ์วาร, 2541) ได้อธิบาย ปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ที่เกิดขึ้นในการบริการมีลักษณะเฉพาะบางประการ ซึ่งมีความแตกต่างจากปฏิสัมพันธ์ทางสังคมทั่วไป สรุปได้ดังนี้

1. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภครและผู้ให้บริการ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างมีจุดมุ่งหมาย (Purposeful) กล่าวคือ การติดต่อสัมพันธ์ของทั้งสองฝ่ายมิให้เกิดขึ้นด้วยความบังเอิญหรือ ไร้จุดหมายแต่จะฝ่ายจะมีจุดมุ่งหมายเฉพาะในการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน เช่นลูกค้าต้องการจะ Check-in เพื่อเข้าพักในโรงแรม พนักงานต้อนรับ(Reception) ก็จะต้องทำหน้าที่ในการลงทะเบียน เป็นต้น

2. ผู้ให้บริการทำหน้าที่ของตนโดยได้รับค่าตอบแทนจากผู้บริโภค หมายความว่า ผู้ให้บริการยึดถือว่าการให้บริการของตนเป็นงานชนิดหนึ่ง ที่จะต้องได้รับค่าตอบแทนจากผู้บริโภค ทั้งนี้ทั้งสองฝ่ายจำเป็นต้องมีการตกลงกันเกี่ยวกับค่าบริการด้วย

3. การติดต่อสัมพันธ์กันไม่จำเป็นต้องอาศัยความคุ้นเคย กล่าวคือ ทั้งผู้บริโภคและผู้ให้บริการไม่จำเป็นต้องมีความคุ้นเคยหรือรู้จักกันมาก่อน แต่ทั้งสองฝ่ายจะมีความสัมพันธ์กัน ภายใต้บทบาท (Role) ที่ได้ถูกกำหนดไว้ล่วงหน้าแล้ว เช่น โรงแรมมีบทบาทเป็นที่พักของลูกค้าที่มาใช้บริการก็มีบทบาทเป็นแขกของโรงแรม

4. ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในการบริการเป็นไปอย่างมีขอบเขตจำกัด หมายความว่า ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคและผู้ให้บริการจะถูกจำกัดขอบเขตไว้โดยประเภทของการบริการ นั้นๆ และจะไม่ก้าวล้ำออกนอกขอบเขตนี้ ตัวอย่างเช่น การให้บริการของพนักงานแม่บ้านโรงแรมมีหน้าที่ในการดูแลความสะอาดของห้องพักจะไม่ละเมิดขอบเขตนี้ ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดความเสียหายได้

5. การแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับงาน เป็นประเด็นหลักของการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน และอาจมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องกับการบริการบ้างเพียงเล็กน้อย ตัวอย่างเช่น ทนาย และ ลูกความจะมีพูดคุยเกี่ยวกับคดีความเป็นส่วนใหญ่ ส่วนการพูดคุยอื่นๆ เช่น ปัญหาการจราจร หรือการเมือง จะมีบ้างเพียงเล็กน้อย

6. ทั้งผู้บริโภคและผู้ให้บริการจะมีบทบาทของตนซึ่งได้รับการกำหนดอย่างชัดเจน แต่แต่ละฝ่ายจะต้องสวมบทบาทของตนเพื่อให้ปฏิสัมพันธ์ดำเนินไปอย่างราบรื่น ทั้งนี้บทบาทของแต่ละฝ่ายจะต้องสอดคล้องกับความคาดหวังของอีกฝ่ายหนึ่งด้วย เช่น ลูกค้าความย่อมคาดหวังว่า

ทนายความของตนจะทำหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ และอย่างมีจรรยาบรรณ ส่วนทนายย่อมคาดหวังว่าลูกความของตนจะให้ข้อเท็จจริงและความร่วมมือในการต่อสู้คดีอย่างเต็มที่

7. ในการบริการจะมีความแตกต่างทางสถานภาพเกิดขึ้นชั่วคราว โดยสถานภาพของ ผู้ให้บริการและผู้รับบริการอาจมีความแตกต่างจากสถานภาพในเวลาปกติ แต่ความแตกต่างนี้จะเกิดขึ้นเพียงชั่วคราวเท่านั้น ตัวอย่างเช่น ทนายความซึ่งเป็นผู้มีสถานภาพทางสังคมสูง อาจให้บริการแก่ ลูกความซึ่งมีสถานภาพทางสังคมต่ำ อันเป็นสิ่งที่ขัดกับบรรทัดฐานทางสังคมแบบดั้งเดิมซึ่งผู้มีสถานภาพต่ำกว่าจะเป็นผู้ให้บริการแก่ผู้มีสถานภาพสูงกว่า

ความสำคัญของการให้บริการ

ในการพิจารณาความสำคัญของการให้บริการอาจพิจารณาได้ใน 2 ด้าน ได้แก่ ถ้ามีบริการที่ดีจะเกิดผลดีอย่างไร

1. ถ้าบริการไม่ดีจะเกิดผลที่ไม่ดีอย่างไร

บริการที่ดี จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติอันดีแก่ความคิด และความรู้สึกทั้งต่อตัวผู้ให้บริการ และหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางบวก คือ ความชอบ ความพึงพอใจ ดังนี้

1. มีความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ
2. มีความนิยมในหน่วยงานที่ให้บริการ
3. มีความระลึกถึงและยินดีมาขอรับบริการอีก
4. มีความประทับใจที่ดีไปอีกนานแสนนาน
5. มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่น แนะนำให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น
6. มีความภักดีต่อหน่วยงาน
7. มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ดี

บริการที่ไม่ดีจะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางลบ มีความไม่ชอบและไม่พึงพอใจ ดังนี้

1. มีความรังเกียจในตัวผู้ให้บริการ
2. มีความเสื่อมศรัทธาในหน่วยงานที่ให้บริการ
3. มีความผิดหวังและไม่ยินดีมาใช้บริการอีก
4. มีความประทับใจที่ไม่ดีไปอีกนานแสนนาน
5. มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่น ไม่แนะนำให้มาใช้บริการอีก
6. มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ไม่ดี

หลักการให้บริการที่ดี

“การให้บริการ” อาจกล่าวได้ว่าเป็นหน้าที่หลักที่สำคัญในการบริหารงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยเฉพาะในลักษณะงานที่ต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กับคนโดยตรง โดยหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีหน้าที่ในการส่งต่อการบริการ (Delivery service) ให้แก่ผู้รับบริการ มีผู้รู้ให้แนวคิดเกี่ยวกับ “หลักการให้บริการ” ที่จะขอนำมากล่าว ได้แก่

แมกซ์ เวเบอร์ (Max Weber, อ้างถึงใน วิโรจน์ สัตยสังข์สกุล, 2538) นักวิชาการที่สำคัญชาวเยอรมัน ให้ทัศนะเกี่ยวกับหลักการให้บริการไว้ว่า การให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุด คือ การให้บริการโดยไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือที่เรียกว่า Fine Ira Et Studio กล่าวคือ เป็นการให้บริการที่ปราศจากการใช้อารมณ์และไม่มี ความชอบพอใครเป็นพิเศษแต่ทุกคนจะต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์ที่มีอยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

จอห์น ดี มิลเล็ท (John D. Millett, อ้างถึงใน วิโรจน์ สัตยสังข์สกุล, 2538) ได้ชี้ให้เห็นว่าการให้บริการจะต้องมีหลักที่สำคัญ 5 ประการ คือ

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Equitable Service) โดยยึดหลักว่าคนเราทุกคนเกิดมาเท่าเทียมกัน ความเท่าเทียมกันนั้นหมายถึง ประชาชนทุกคนควรมีสติธิ์เท่าเทียมกันทั้งทางกฎหมายและทางการเมือง การให้บริการของรัฐจะต้องไม่แบ่งแยกเชื้อชาติ ผิวหรือความยากจน ตลอดจนสถานะทางสังคม

2. การให้บริการอย่างรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely Service) จะไม่มีผลงานทางสาธารณะใดๆ ที่เป็นผลงานที่มีประสิทธิภาพหากไม่ตรงต่อเวลาหรือทันต่อเหตุการณ์ เช่น รถดับเพลิงมาถึงหลังจากไฟไหม้หมดแล้ว การบริการนั้นถือว่าไม่เป็นสิ่งที่ถูกต้องและน่าพอใจ

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) นอกจากให้บริการอย่างเท่าเทียมกันและให้อย่างรวดเร็วแล้วต้องคำนึงถึงจำนวนคนที่เหมาะสม จำนวนความต้องการในสถานที่ที่เพียงพอในเวลาที่เหมาะสมอีกด้วย

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) คือ การให้บริการตลอดเวลา ต้องพร้อมและเตรียมตัวบริการต่อความสนใจของสาธารณชนเสมอ มีการฝึกอบรมอยู่เป็นประจำ เช่น การทำงานของตำรวจจะต้องบริการตลอด 24 ชั่วโมง

5. การบริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) เป็นการบริการที่มีความเจริญ คืบหน้าไปทั้งทางด้านผลงานและคุณภาพ เทคโนโลยีที่ทันสมัย

แคทซ์ อิลิฮู และแบรนดา แดเนท (Katz Elihu and Brenda Danet, อ้างถึงใน วิโรจน์ สัตยสันต์สกุล, 2538) ได้ศึกษาการบริการประชาชน และเสนอความเห็นว่าการให้บริการลูกค้า ทั้งขององค์การภาครัฐและภาคเอกชนจะประกอบด้วยหลักการปฏิบัติที่สำคัญ 3 ประการคือ

1. การติดต่อเฉพาะงาน (Specificity) เป็นหลักการที่ต้องการให้บริการให้บทบาทของประชาชนและเจ้าหน้าที่อยู่ในวงจำกัด เพื่อให้การควบคุมเป็นไปตามระเบียบกฎเกณฑ์และทำได้ง่าย ทั้งนี้ โดยดูจากเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการว่าติดต่อสื่อสารและให้บริการประชาชนเฉพาะเรื่องที่ติดต่อคือ เรื่องงานหรือไม่ ปฏิบัติหรือมีการสอบถามเรื่องอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ติดต่อหรือไม่ เพราะพนักงานไม่ควรนำเรื่องส่วนตัวนอกเหนือจากหน้าที่มาเกี่ยวข้องด้วย หากมีการบริการที่ไม่เฉพาะเรื่องและสอบถามเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้อง นอกจากจะทำให้ล่าช้าแล้ว ยังทำให้การควบคุมเจ้าหน้าที่ เป็นไปได้ยาก

2. การให้บริการที่มีลักษณะเสมอภาคเท่าเทียมกัน (Universality) อย่างที่ เวเบอร์ ได้กล่าวถึงว่าเป็นการวินิจฉัยสั่งการอย่างมีเหตุผล ยึดหลักกฎหมาย และไม่คำนึงถึงตัวบุคคล หมายถึง การที่ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติต่อผู้รับบริการตามระเบียบ กฎเกณฑ์ โดยความเป็นธรรม ไม่ถือเขาถือเรา ไม่ยึดถือความสัมพันธ์ส่วนตัวแต่ยึดถือการให้บริการแก่ผู้รับบริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกันในทางปฏิบัติ เช่น การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง ใครมาก่อนได้รับการบริการก่อน ไม่มี การเลือกปฏิบัติ เป็นต้น ซึ่งหากมีการเลือกปฏิบัติและไม่ได้ให้บริการตามลำดับก่อนหลัง ถือว่าเป็น การบริการอย่างไม่เสมอภาคเท่าเทียมกัน อันเป็นการให้บริการแบบไม่คำนึงถึงตัวบุคคลใน ระดับต่ำ

3. การวางตนเป็นกลาง (Affective Neutrality) หมายถึง การให้บริการแก่ผู้รับ บริการโดยจะต้องไม่นำเอาเรื่องของอารมณ์ความรู้สึกส่วนตัวของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการเข้ามาเกี่ยวข้องกับงาน ให้บริการโดยไม่คำนึงถึงความเป็นญาติ เพื่อนหรือคนรู้จัก ปฏิบัติงานด้วยเหตุผลและ ใช้หลักการความถูกต้อง ไม่ใช่ชู้ตะคอก หรือหาสาเหตุชวนวิวาทกับลูกค้า ทั้งนี้พิจารณาจากเจ้าหน้าที่ มีน้ำเสียงเมื่อสนทนากับประชาชนอย่างไร กิริยาท่าทางที่เจ้าหน้าที่แสดงออกเป็นอย่างไร และสีหน้าของเจ้าหน้าที่ขณะให้บริการเป็นอย่างไร หากเจ้าหน้าที่มีน้ำเสียงที่แสดงลักษณะยินดี หรือชู้ กิริยาท่าทางสุภาพหรือไม่สุภาพ และหน้าตายิ้มแย้มหรือบึ้งตึง ทำหน้าไม่พอใจหรือรำคาญ ไม่ได้วางตัวเป็นกลาง

กุลธน ธนาพงศ์ธร (อ้างถึงใน วิโรจน์ สัตยสันต์สกุล, 2538) ได้ชี้ให้เห็นถึงหลักการให้บริการที่สำคัญมี 5 ประการ คือ

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์การจัดให้ นั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลากรส่วนใหญ่

หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้ว นอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์และบริการแล้วยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้นๆ ด้วย

2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้นๆ ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ มิใช่ทำๆ หยุดๆ ตามความพอใจของผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงาน
3. หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดกลุ่มบุคคลหนึ่ง ในลักษณะต่างจากกลุ่มคนอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด
4. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ
5. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่าย สะดวก สบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากใจให้แก่ผู้ให้บริการหรือผู้ให้บริการมากจนเกินไป

ประยูร กาญจนดุล (อ้างถึงใน ฉัตรชัย คงสุข, 2538) ได้กล่าวไว้ถึงหลักการให้บริการ สาธารณะว่ามีหลักการอยู่ 5 ประการ คือ

1. บริการสาธารณะเป็นกิจการที่อยู่ในความอำนวยความสะดวกหรือในความควบคุมของฝ่ายปกครอง
2. บริการสาธารณะมีวัตถุประสงค์ในการสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชน
3. การจัดระเบียบและวิธีดำเนินการบริการสาธารณะย่อมจะแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้เสมอ เพื่อให้เหมาะสมแก่ความจำเป็นแห่งกาลสมัย
4. บริการสาธารณะจะต้องจัดดำเนินการอยู่เป็นนิจและโดยสม่ำเสมอ ไม่มีการหยุดชะงัก ถ้าบริการสาธารณะจะต้องหยุดชะงักลงด้วยประการใดๆ ประชาชนย่อมได้รับเดือดร้อนหรือได้รับความเสียหาย และ

5. เอกชนย่อมมีสิทธิที่จะได้รับประโยชน์จากบริการสาธารณะเท่าเทียมกัน

มัญญ พุฒทอง (อ้างถึงในสมิต สัจฉกร, 2542) ปรธานกรรมการบริหารกลุ่มห้องอาหารวิจิตร-ยกยอ กล่าวว่า การบริการที่ดีเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปจะต้องทำด้วยความเต็มใจทำด้วยความรวดเร็ว ทำถูกต้อง ทำอย่างเท่าเทียมกันและทำให้เกิดความชื่นใจ

สำนักศึกษาต่อเนื่อง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (อ้างถึงใน พรรณี สินธุประภา, 2548) กล่าวถึง การสร้างความสำเร็จในงานบริการ ว่าผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงแนวทางการสร้างเสริมงานบริการ 6 ประการ หรือ 5P 1S ดังนี้

1P = Place จะต้องสะอาด เป็นระเบียบ สะดวกสบาย สวยงามและมีความปลอดภัย รวมทั้งทำเลที่ตั้ง ทางเข้าออกสะอาด จะเป็นสิ่งที่ได้เปรียบ

2P = Price ราคาต้องพอประมาณ ไม่แพงเกิน

3P = Produce ผลผลิตต้องดี มิใช่ผลิตแล้วไม่มีคุณภาพหรือเน่าเสียหมด

4P = Promote ต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้รับบริการได้ทราบทั่วถึง มีเอกสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ที่สวยงาม สะดุดตา สะดุดใจ

5P = Person บุคลากรหรือพนักงานต้องมีจิตสำนึกในการให้บริการ ต้องใกล้ชิดผู้รับบริการ ซึ่งรวมถึงตั้งแต่ผู้บริหารจนถึงผู้ปฏิบัติ โดยเฉพาะผู้บริหารระดับสูงต้องลงมาใกล้ชิด ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะเป็นผู้สร้างความประทับใจให้ผู้รับบริการในทุกๆ จุด

1S = Service งานบริการ

ผู้ที่มี 5P 1S จะนำไปสู่ความสำเร็จในงานบริการที่เป็นเลิศและสร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการงานบริการจะประสบความสำเร็จได้นั้น ผู้ให้บริการนับว่าเป็นสิ่งสำคัญ โดยผู้ให้บริการควรมีจิตสำนึกในงานบริการ และตระหนักถึงในเรื่องต่างๆ ต่อไปนี้

1. มีความอดทนอดกลั้น ควบคุมอารมณ์ ซึ่งถือเป็นคุณสมบัติพิเศษของผู้ให้บริการ
2. มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลาที่จะคอยบริการ
3. ให้ความเป็นมิตร รู้จักยิ้มแย้มแจ่มใสเสมอ
4. ตระหนักถึงความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อยทั้งพนักงานและสถานที่ อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ
5. การให้บริการที่ดีต่อผู้รับบริการหรือลูกค้า เป็นหน้าที่โดยตรงของเรา พยายามให้เกิดความพึงพอใจให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้
6. ฝึกฝนตนเองให้สนุกกับงานที่ทำ มองมุมดีงามของงานโดยสำนึกว่างานบริการเป็นงานเปิดโลกทัศน์ที่กว้าง ท่านสามารถรู้จักผู้คนมากขึ้นนั่นเอง
7. พนักงานทุกคนในสถานประกอบการจะต้องกระตือรือร้น
8. จะต้องเป็นผู้สร้างคุณค่าสำหรับลูกค้า
9. หัดเป็นผู้ที่รู้จักสังเกตปฏิกิริยาของลูกค้าเพื่อที่จะตอบสนองหรือแก้ไขได้ทัน่วงที
10. จะต้องเป็นผู้สร้างความประทับใจกับลูกค้าทุกระดับโดยเสมอหน้าโดยไม่แบ่งระดับลูกค้า โดยให้ความสนใจลูกค้าทุกคน

สมิต สัจฉกร (2542) กล่าวว่า ผู้ที่จะทำงานบริการได้ดีจะต้องมีอัธยาศัยดี มีมิตรไมตรี เอาใจใส่สนใจในงาน แต่งกายสุภาพสะอาดเรียบร้อย กิริยาสุภาพ มารยาทงดงาม วาจา

สุขภาพ น้ำเสียงไพเราะ ควบคุมอารมณ์ได้ดี รับฟังและเต็มใจแก้ไขปัญหา กระตือรือร้น มีวินัย และซื่อสัตย์

รื่น ช่างสาร (อ้างถึงใน พรรณี สินธุประภา,2548)กล่าวว่าคุณลักษณะของบริการที่ดีมี 12 ประการ คือ

1. การให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว งานมีประสิทธิภาพ
2. ผู้ให้บริการมีอัธยาศัยดีสร้างความประทับใจ ให้ความเป็นกันเอง เอาใจเขามาใส่ใจเรา
3. การใช้กฎหมาย ระเบียบที่ง่ายไม่ซับซ้อน มีแบบพิมพ์ที่กรอกง่าย ลดขั้นตอนในการติดต่อขอรับบริการ มีการปรับปรุงขั้นตอนอยู่เสมอ
4. มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี
5. การทำงานตรงเวลา
6. สถานที่สะดวก สบาย มีอุปกรณ์พร้อม สามารถติดต่อกับงานที่เกี่ยวข้องไม่ไกลนัก หรือรวบรวมการบริการไว้ในจุดเดียวกัน
7. บริการด้วยความเสมอภาค เพื่อสร้างความพอใจแก่ประชาชนและพยายามสนองความต้องการให้เป็นที่น่าประทับใจ
8. ไม่เรียกร้อยสิ่งใดๆ จากประชาชน
9. มีเจ้าหน้าที่เพียงพอ ได้รับการฝึกฝนมาด้วยความชำนาญ และเจ้าหน้าที่ระดับล่างสามารถตัดสินใจได้ในบางเรื่อง
10. ให้บริการก่อนและหลังเวลาราชการ หรือให้บริการในวันหยุด
11. สามารถตรวจสอบการให้บริการได้ว่ามีปัญหาที่ใด
12. เมื่อมีปัญหาสามารถค้นหากฎหมายและระเบียบได้ทันที

ปราณี กীরติธร(อ้างถึงใน พรรณี สินธุประภา,2548)กล่าวถึงการให้บริการของผู้ให้บริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วย

1. ความเชื่อถือได้ ประกอบด้วย ความสม่ำเสมอ ความพึงพาได้
2. การตอบสนอง ประกอบด้วย ความเต็มใจที่จะบริการ ความพร้อมที่จะบริการและการอุทิศเวลา มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง และปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี
3. ความสามารถ ประกอบด้วย ความสามารถในการให้บริการ ความสามารถในการสื่อสารและความสามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ

4. การเข้าถึงบริการ ประกอบด้วย ใช้บริการหรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมายซับซ้อนเกินไป ผู้ใช้บริการใช้เวลาคายน้อยเวลาที่ให้บริการเป็นเวลาสะดวกสำหรับผู้ใช้บริการและสถานที่ที่ให้บริการสะดวกต่อการติดต่อ
5. ความสุภาพอ่อนโยน ประกอบด้วย แสดงความสุภาพและบุคลิกภาพที่ดีต่อผู้ใช้บริการ
6. การสื่อสาร ประกอบด้วย มีการสื่อสารที่แจ่มชัดและลักษณะของงานบริการ มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ
7. ความซื่อสัตย์ คุณภาพของงานบริการ มีความเที่ยงตรง น่าเชื่อถือ
8. ความมั่นคง ประกอบด้วย ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น อุปกรณ์
9. ความเข้าใจ ประกอบด้วย การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ การให้ความสนใจต่อผู้ใช้บริการ
10. การสร้างสิ่งจำเป็นที่จับต้องได้ ประกอบด้วย การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับให้บริการ การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ และการจัดสถานที่ให้บริการให้สวยงาม สะอาด

ลักษณะของผู้ที่จะทำงานบริการได้ดี

คุณลักษณะของผู้ที่จะทำงานบริการได้ดี มีดังต่อไปนี้

1. มีจิตใ้รักงานบริการ ให้ความเอาใจใส่สนใจกับงาน ใช้ความมุมานะพากเพียรพยายามทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างดี ผู้ซึ่งจะทำงานบริการได้ดีต้องมีใจรักและชอบงานบริการ
2. มีความรู้ในงานที่จะบริการ งานบริการต้องการความถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์เป็นสิ่งสำคัญ ผู้ทำงานบริการในเรื่องใดจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในงานที่ตนจะต้องให้บริการอย่างถูกต้องแท้จริง เพื่อให้มีคุณลักษณะเพียงพอแก่การเป็นผู้ให้บริการในงานที่ตนรับผิดชอบ
3. มีความรู้ในตัวสินค้าหรือบริการ เพราะการให้ความรู้และสารสนเทศ (Information) เกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการเป็นส่วนสำคัญของงานบริการ และเป็นงานบริการขั้นพื้นฐานที่ทุกคนจะต้องทำในแต่ละหน้าที่
4. มีความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติตน ทำงานบริการจะต้องติดต่อสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับคนต่างๆ มากหน้าหลายตา การวางตนจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะเป็นพันธะผูกพันต่อผลที่ได้กระทำลงไป หากการปฏิบัติตนเป็นผลให้ผู้รับบริการพึงพอใจก็ดีไป แต่ในทางตรงกันข้ามการ

ปฏิบัติตนเป็นผลให้ ผู้รับบริการไม่พอใจยอมส่งผลเสียต่องานบริการได้ การปฏิบัติตนเป็นเรื่องที่ต้องระมัดระวังทั้งด้านกาย และวาจา เนื่องจากเป็นสิ่งที่ปรากฏให้เห็นได้ง่าย ทั้งจากการแต่งกาย กิริยามารยาท การพูด การสื่อสาร ทั้งที่ใช่ถ้อยคำและไม่ใช้ถ้อยคำ

5. มีความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ ผู้ที่ขาดความรับผิดชอบย่อมไม่อาจทำงานใดๆ ให้สำเร็จได้เพราะความรับผิดชอบเป็นเงื่อนไขสำคัญที่จะทำให้งานบรรลุผล ผู้ซึ่งไม่มีความรับผิดชอบจะไม่ผูกพันตนต่อผลของการกระทำอาจเพิกเฉยละเลยต่อสิ่งที่ควรทำเพื่อให้เกิดผลดีต่องานบริการ ไม่เอาใจใส่ต่อการปฏิบัติหน้าที่ หรือทำหน้าที่ให้บริการอย่างเสียไม่ได้ ความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่จึงเป็นคุณลักษณะที่สำคัญมากในการทำงานบริการ

6. มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ในด้านการตลาด การขาย และงานบริการจะปลูกฝังทัศนคติให้เห็นความสำคัญของลูกค้า หรือผู้ใช้บริการด้วยการยกย่องว่า “ลูกค้าคือ พระราชา” เท่านั้นยังไม่พอ ยังมีผู้ยกย่องว่า “ลูกค้าคือพระเจ้า” และไม่ว่าลูกค้าจะเป็นอย่างไร เราต้องยอมตั้งสมมติฐานว่า “ลูกค้าเป็นฝ่ายถูกเสมอ” ทั้งนี้เพื่อให้มีความรับผิดชอบต่อลูกค้า หรือผู้ใช้บริการอย่างดีที่สุด เมื่อใดก็ตามผู้ใช้บริการมีการผูกพันตนต่อผลของการกระทำ หรือพันธกิจที่ดีต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการย่อมเป็นหลักประกันได้ว่าจะมีการให้บริการอย่างมีคุณภาพ เพราะจะระมัดระวังที่จะสร้างความพอใจและสนองตอบความต้องการของลูกค้าอย่างสอดคล้อง ถูกต้องและครบถ้วน

7. มีทัศนคติต่องานบริการดี ผู้ทำงานบริการต้องมีความคิดความรู้สึกต่องานบริการในทางที่ชอบและเต็มใจที่จะให้บริการ ทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการคิดของผู้ทำงานบริการเป็นอันมาก ถ้าผู้ใดมีทัศนคติต่องานบริการดีก็จะให้ความสำคัญต่องานบริการและปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ เป็นผลให้งานบริการมีคุณค่าและนำไปสู่ความเป็นเลิศ

8. มีจิตใจมั่นคงไม่โลเล ผู้ทำงานบริการจะต้องมีความมั่นคงในจิตใจไม่ว่าจะมีสิ่งหนึ่งสิ่งใดมากระทบก็ต้องตั้งสติและระลึกถึงงานบริการเป็นสำคัญหากมีอาการอ่อนไหวเกิดเหตุการณ์ใดมากระทบจิตใจทำให้เกิดปฏิกิริยาในทางร้าย ย่อมจะทำให้การบริการมีผลเสียไปได้

9. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ผู้ทำงานบริการเป็นผู้ที่อยู่กับหน้างานได้พบเห็นเหตุการณ์ต่างๆ เป็นประสบการณ์ตรงจึงควรมีความคิดใหม่ๆ ในการปฏิรูประบบงานบริการได้ดีไม่ควรยึดติดอยู่กับการให้บริการที่เคยทำมา ควรเป็นผู้มีลักษณะเฉพาะในการคิดเปลี่ยนแปลงใหม่ให้ดีกว่าเดิมให้บริการให้เหนือกว่าเดิม ผู้มีความสร้างสรรค์จะมีการรับรู้และสร้างจินตนาการจากประสบการณ์นำมาใช้ในการสร้างสรรค์งานบริการให้ดีขึ้น

10. มีความช่างสังเกต ผู้ทำงานจะต้องมีลักษณะเฉพาะตัว เป็นคนมีความช่างสังเกต รู้ว่าบริการอย่างไรจึงเป็นที่พอใจของผู้รับบริการและพยายามนำความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดบริการ

ที่ดียิ่งขึ้น สนองตอบความพึงพอใจของผู้ให้บริการได้มากยิ่งขึ้น การรับรู้ที่ได้มาจากการสังเกต ติดอยู่ในความทรงจำสามารถนำมาก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในงานบริการได้

11. มีวิจรรย์ญาณไตร่ตรองรอบคอบ ในการบริการอาจมีเหตุการณ์เฉพาะหน้าซึ่ง ผู้ทำงานบริการจะต้องพิจารณาทบทวนอย่างรอบคอบว่าจะทำประการใด เช่น ในกรณีของบริการ เกินกว่าจะปฏิบัติได้ หรือการขอสิทธิพิเศษเป็นต้น ผู้ทำงานบริการต้องใช้วิจรรย์ญาณไตร่ตรองว่า ควรทำประการใดจึงจะเป็นที่พึงพอใจของผู้มารับบริการและไม่ขัดต่อนโยบายของหน่วยงาน

12. มีความสามารถวิเคราะห์ปัญหา ผู้ทำงานบริการจะต้องมีสัมพันธทั้งโดยตรง และทางอ้อมกับบุคคลต่างๆ ซึ่งมีภูมิหลังต่างกัน ผู้รับบริการส่วนใหญ่มีการติดต่อสัมพันธ์ด้วยตาม ปกติ แต่บางคนอาจนำปัญหามาให้ผู้ทำงานบริการทั้งที่เป็นปัญหาเกิดจากด้านผู้รับบริการเอง หรือด้วยความพลั้งพลาดของตนเอง บางกรณีก็เกิดจากฝ่ายผู้ให้บริการคนอื่นๆ หรือคนในหน่วย งานเดียวกัน ดำเนินการล่าช้าในการให้บริการ ล้วนเป็นปัญหาที่ผู้ให้บริการจะต้องสามารถ วิเคราะห์สาเหตุของปัญหาและคิดหาวิธีแก้ที่ดีที่สุด

ในส่วนของพฤติกรรมของผู้ที่จะทำงานบริการได้ดี มีดังต่อไปนี้

1. อัจฉริยะดี ผู้ใช้บริการล้วนมีความคาดหวังว่าผู้ให้บริการจะให้การต้อนรับด้วย อัจฉริยะ อันดี ทั้งด้วยสีหน้าแววตา ท่าทาง และคำพูด การต้อนรับผู้มาใช้บริการด้วยใบหน้ายิ้มแย้มเป็นเสน่ห์ที่สำคัญยิ่ง มีภาชิตฉินกล่าวว่ “ยิ้มไม่เป็นอย่าทำการค้า” การมองด้วยแววตาที่เป็นมิตรฉายแสงของความเต็มใจให้การต้อนรับอย่างอบอุ่นเป็นลักษณะที่แสดงออกทางความคิด และความรู้สึกที่ดี ท่าทางที่กระตือรือร้นรู้สึกจุกจิก เป็นการสร้างความรู้สึกประทับใจเมื่อแรกพบกัน เมื่อรวมเข้ากับคำพูดที่ดีมีน้ำเสียงไพเราะก็จะเป็นคุณสมบัติที่ดีในด้านพฤติกรรมของผู้ทำงาน บริการ

2. มีมิตรไมตรี ผู้ทำงานบริการที่มีการแสดงออกให้ลูกค้าเห็นว่ามิตรไมตรีก็เป็น การชนะใจตั้งแต่ต้น ความมีมิตรไมตรีจะนำไปสู่ความสำเร็จในการให้บริการ ไม่ว่าจะป็นงานประเภทใด การให้บริการที่ดีบวกกับการให้ความช่วยเหลือเล็กๆ น้อยๆ ก่อให้เกิดความพอใจและความชื่นชมของผู้มารับบริการถ้าผู้ทำงานบริการแสดงถึงมิตรไมตรีและพร้อมจะให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ใช้ บริการก็จะเกิดมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการอย่างมั่นคงและเกิดมิตรภาพที่ยืนนาน

3. เอาใจใส่สนใจงาน ความมุ่งมั่นในการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความเอาใจใส่ งานเป็นอย่างมาก เพราะหากขาดความเอาใจใส่งานแล้วก็จะเพิกเฉยละเลยในการปฏิบัติงาน หรือ ทำงานไปเรื่อยๆ เอาดีไม่ได้ การพิจารณาถึงพฤติกรรมของผู้ให้บริการว่ามีความเอาใจใส่สนใจงาน หรือไม่จะต้องดูว่ามีความจริงจังในการทำงานมากน้อยเพียงไร บางคนกระตือรือร้นต่อหน้าผู้บังคับบัญชา แต่พอลับตาก็เลิกสนใจงาน หันหลังให้งานไม่คิดที่จะปรับปรุงพัฒนาให้เกิดความสะดวกใน

การบริการลูกค้า ไม่ได้แลในเรื่องความสะดวกของสถานที่และผลิตภัณฑ์ซึ่งอยู่ในวิสัยที่จะทำได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก แต่ให้ผลเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่หน่วยงาน

4. แต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย ผู้ทำงานบริการจะต้องมีบุคลิกภาพดีเพื่อให้เป็นที่ น่าเชื่อถือ ไว้วางใจของผู้รับบริการ การแต่งกายที่ถูกกาลเทศะ เหมาะสมทั้งต่อสถานที่ทำงานและสถานภาพของหน่วยงานจะช่วยให้เกิดความรู้สึกที่ดีจากผู้ติดต่อเกี่ยวข้องด้วยหาก ผู้ให้บริการ แต่งกายสกปรกหรือมีกลิ่นเหม็นคงไม่เป็นที่พอใจของผู้รับบริการ ในการคัดเลือก ผู้มาทำงานบริการจึงต้องให้ความสำคัญกับการแต่งกายเป็นพิเศษ หากแต่งกายไม่สุภาพก็จะ ส่อแสดงถึงความไม่ใส่ใจในความถูกต้องเหมาะสม

5. กิริยาสุภาพมารยาทงดงาม ผู้ใช้บริการทุกคนต้องการติดต่อขอรับบริการจากผู้ซึ่ง มีกิริยาสุภาพ และรังเกียจผู้ซึ่งมีกิริยาหยาบคาย การที่ผู้ทำงานบริการมีกิริยาสุภาพอ่อนน้อมจะ เป็นเครื่องเชิดหน้าชูตาหรือเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน และยังแสดงออกถึงความมี มารยาท รู้จักที่ขอบที่ควร นับเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ทำงานบริการจะต้องตระหนักรู้และประพฤติปฏิบัติ อย่างระมัดระวัง

6. วาจาสุภาพการทำงานบริการเป็นการให้ความช่วยเหลือผู้อื่นให้เกิดความพึงพอใจจึงต้องเป็นผู้มีวาจาสุภาพเพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความสบายใจที่จะติดต่อขอรับบริการ การ คัดเลือกผู้ทำงานบริการจึงควรสัมภาษณ์เพื่อจะได้สนทนาป้อนคำถามและฟังคำตอบว่าบุคคลใดมี การใช้ถ้อยคำอย่างไร วาจาสุภาพหรือไม่เพียงใด

7. น้ำเสียงไพเราะ การแสดงออกทางน้ำเสียงของแต่ละคนจะแตกต่างกันออกไป บางคนพูดมีน้ำเสียงชวนฟัง แม้จะไม่ไพเราะหรือเสียงหวาน เสียงดี แต่จะต้องมีความชัดเจนชวน ฟัง จึงจะมีความเหมาะสมในการทำหน้าที่บริการ

8. ควบคุมอารมณ์ได้ดี ผู้ทำงานบริการจะต้องมีอารมณ์มั่นคงเพราะอยู่ในสถาน การณ์ที่ต้องพบปะผู้คนมากมายหลายตาซึ่งมีภูมิหลังต่างๆ กัน ผู้รับบริการบางคนมีกิริยาดี มี ความสุภาพ แต่บางคนอาจมีความก้าวร้าวหรืออุปนิสัยใจร้อน ต้องการบริการที่รวดเร็วทันใจ เมื่อ ไม่ได้ตั้งใจอาจพูดตำหนิ ในงานบริการไม่อาจแสดงอารมณ์ตอบโต้ได้ ผู้ให้บริการจะต้องควบคุม อารมณ์ด้วยความอดทนอดกลั้น

9. รับฟังและเต็มใจแก้ไขปัญหา พฤติกรรมที่แสดงออกของผู้ทำงานบริการจะต้อง สนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ดังนั้นเมื่อผู้ใช้บริการมีปัญหาหรือข้อร้องเรียนใดๆ ผู้ให้บริการ จะต้องแสดงความสนใจรับฟังปัญหาเป็นเบื้องต้น จะด่วนบอกปิดหรือแสดงท่าทีไม่สนใจรับรู้อ ปัญหาอย่าอมไม่ได้ นอกจากแสดงความเอาใจใส่อย่างจริงจังแล้ว จะต้องมีความรู้สึกเต็มใจที่จะให้

ความช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาต่างๆ ให้แก่ผู้ใช้บริการด้วย จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจใน ความกระตือรือร้นในการดำเนินการแก้ปัญหา

10. กระตือรือร้น อุปนิสัยที่แสดงออกถึงความกระตือรือร้นเป็นพฤติกรรมที่ดีอย่างยิ่ง ในงานบริการ หากผู้ทำงานบริการเป็นคนเชื้อง่าแล้วยอมทำให้ผู้ใช้บริการหมดศรัทธา ไม่คาดหวัง ที่จะได้รับบริการอย่างทันท่วงที นอกจากนี้ยังทำให้ภาพลักษณ์ของหน่วยงานเสีย เป็นผลให้การ บริการล่าช้าและผิดเวลา

11. มีวินัย ผู้ทำงานบริการที่มีระเบียบวินัย จะทำงานเป็นระบบ มีความคงเส้นคงวา มีนิสัยยึดมั่นในคำสัญญา เมื่อหน่วยงานมีนโยบายกำหนดไว้เป็นหลักการว่าจะให้บริการแก่ผู้รับ บริการอย่างไร ก็จะปฏิบัติตามกรอบหรือแนวทางอย่างเคร่งครัด ดังนั้น การพิจารณาเลือกผู้มีความ สมบัติในการทำงานบริการจึงควรทดสอบความมีวินัยเป็นเรื่องสำคัญ

12. ซื่อสัตย์ การให้บริการจะต้องให้ความช่วยเหลืออย่างถูกต้อง ตรงไปตรงมา ผู้รับ บริการทุกคนย่อมต้องการติดต่อสัมพันธ์กับคนที่ซื่อสัตย์ รักษาคำพูด ไม่ชอบคนโป้ปด ดังนั้น พฤติ กรรมที่แสดงออกถึงความซื่อสัตย์ รักษาคำพูด จึงเป็นสุดยอดปรารถนาของผู้ใช้บริการ

ธีระศักดิ์ กำบรรณารักษ์ (อ้างถึงใน จีระพันธ์ คำโสภา, 2544) กล่าวถึงลักษณะ ผู้ให้บริการที่ดีควรมีลักษณะ ดังนี้

1. เป็นผู้ที่ไม่ต่อความต้องการของผู้รับบริการ การให้บริการคือการให้ในสิ่งที่ผู้รับ บริการต้องการ ผู้ที่สามารถสนองความต้องการของผู้อื่นได้นับว่าเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ที่ สำคัญคือรู้ความต้องการของผู้มารับบริการในขณะนั้น ดังนี้ คือ

1.1 ผู้มารับบริการต้องการความช่วยเหลือต้องการแก้ปัญหาผู้ให้บริการต้องให้ ความช่วยเหลือทันทีถ้าช่วยเหลือด้วยตนเองไม่ได้ก็ต้องแนะนำหาผู้ที่สามารถช่วยได้

1.2 ผู้มารับบริการต้องการเป็นคนสำคัญ ต้องการให้ผู้บริการเห็นคุณค่า ต้องการให้ ตนเองได้รับเกียรติหรือได้รับบริการอย่างสุภาพ นุ่มนวล และจะเปรียบเทียบว่าคนอื่น ได้รับบริการอย่างไร ตนเองได้รับบริการอย่างไร ถ้าตนเองได้รับการไม่ดีก็จะรู้สึก ไม่พอใจ

1.3 ผู้มารับบริการต้องการความถูกต้องและยุติธรรม ผู้มาก่อนควรได้รับบริการก่อน

2. เป็นคนมีความกระตือรือร้น ช่วยผู้รับบริการให้ได้รับความสะดวกรวดเร็วขึ้น ผู้รับ บริการจะรู้สึกว่าเรามีความสำคัญและมีความพึงพอใจ

3. เป็นคนที่มีความน่าเชื่อถือ ผู้ให้บริการควรมีความแม่นยำเรื่องข้อมูลและมีข้อมูล พร้อมที่จะให้ผู้รับบริการตรวจสอบได้ การที่ผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีแก่ หน่วยงานนั้นๆ

4. มีความเข้มแข็ง ผู้ให้บริการควรมีความเข้มแข็งทั้งทางร่างกายและจิตใจ ทั้งนี้ เพราะงานบริการเป็นการช่วยแก้ปัญหาให้แก่บุคคลที่มีความแตกต่าง บางครั้งปัญหาที่เกิดขึ้นเป็น ปัญหาเฉพาะหน้า ที่ทำให้เกิดภาวะความกดดันผู้ให้บริการจึงต้องฝึกฝนร่างกายและจิตใจเพื่อให้ สามารถเผชิญปัญหาเหล่านี้ได้

5. เป็นผู้ที่ไม่ต่อข่าวสาร คือ ตื่นตัวเสมอที่จะพูดและติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น พอใจที่จะ ให้ข่าวสาร เป็นทั้งผู้รับและส่งข้อมูลข่าวสาร คือ มีความเป็นนักประชาสัมพันธ์

6. เป็นผู้ที่ห่วงใยเอื้ออาทรผู้อื่น มีเมตตา มีความมีจิตสำนึกในการช่วยเหลือผู้อื่น ใฝ่ต่อความรู้สึกรู้สึกของผู้อื่น รู้จักแสดงความเห็นใจ ปรารถนาและพยายามช่วยเหลือให้ถึงที่สุด

7. เป็นผู้มีใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส ผู้บริการที่ดีควรมีใบหน้าที่ยิ้มละไมตลอดเวลา ไม่บึ้งตึง หรือมีหน้าตาเฉยเมย เย็นชา

8. เป็นผู้มีมารยาทในการให้บริการ มีความสุภาพอ่อนโยนทั้งการพูดจา กิริยา มารยาทเป็นที่ประทับใจตราตรึงแก่ผู้รับบริการทุกคน

9. เป็นผู้มีสามัญญสำนึก รู้ว่าอะไรควร ไม่ควร

10. เป็นผู้ให้บริการมืออาชีพ คือ อุดมทุน เข้าใจผู้อื่นและละทิ้งปัญหาส่วนตัวไว้ที่บ้าน แม้ผู้รับบริการจะพูดจาไม่สุภาพ เขาแต่ใจตัว ควรจะอดทนแสดงความเข้าใจและไม่แสดงอารมณ์ ไม่ดีตอบกลับไป

สำนักศึกษาต่อเนื่อง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (อ้างถึงใน พรพนธ์ สิ้นธุประภา , 2548) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ปฏิบัติงานด้านการบริการที่ดีและมีประสิทธิภาพเป็นที่พึงพอใจของลูกค้า นั้น น่าจะคำนึงถึงองค์ประกอบของ “Services” ดังนี้

S = Service Mind มีจิตใจพร้อมที่จะเอื้ออำนวยให้ผู้อื่นสำเร็จความประสงค์ เรียกว่า เป็นผู้ที่มีจิตบริการ

E = Enthusiasm มีความกระตือรือร้นอยู่เสมอ

R = Readiness มีความพร้อมที่จะบริการอยู่ตลอดเวลา

V = Values ต้องสร้างคุณค่าในงานบริการให้ลูกค้าและตระหนักคุณค่าของลูกค้า

I = Interesting ให้ความสนใจในตัวลูกค้าหรือผู้ใช้บริการทุกคน

C = Cleanlines ตระหนักถึงความสะอาด ทั้งสถานที่ อุปกรณ์และตัวผู้บริการเอง

E = Endurance มีความอดทน อดกลั้น ควบคุมอารมณ์ตนเองได้ดี

S = Smiling ยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นนิมิต มีไมตรีจิตต่อทุกคน

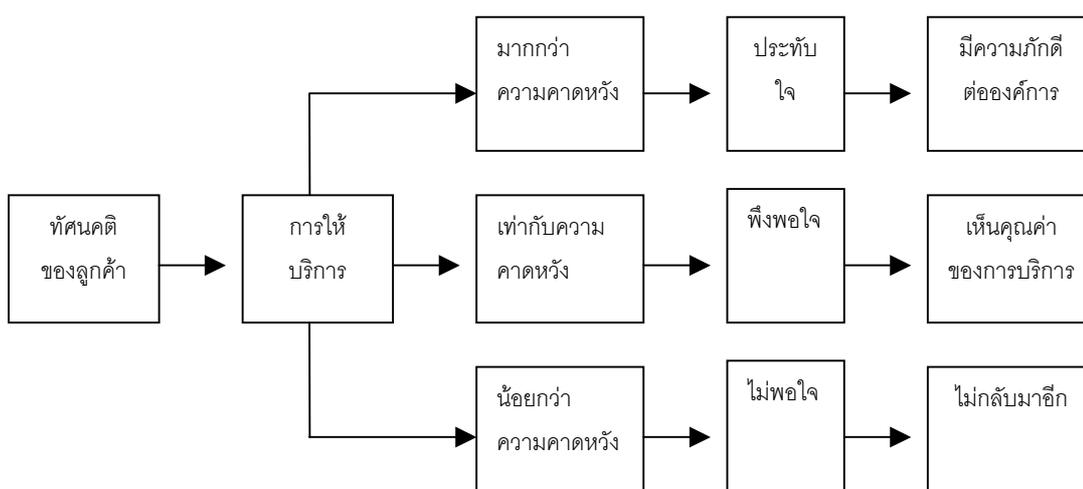
แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการ

แนวคิดของครีโก้และคณะ

ครีโก้และคณะ (Crego et al.) เป็นนักวิจัยกลุ่มหนึ่งที่ได้วางรูปแบบการวัดความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของธุรกิจโดยใช้ความคาดหวังของลูกค้าเป็นเกณฑ์ ถ้า ลูกค้าได้รับบริการมากกว่าที่ตนเองคาดหวังจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อตัวสินค้าและองค์การ (Product and brand loyalty) แต่ถ้าบริการที่ได้รับต่ำกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะไม่พอใจและจะไม่กลับมาใช้บริการอีก ตามภาพที่ 2.2

ภาพที่ 2.2

ความพึงพอใจของลูกค้า: รูปแบบของทัศนคติ-พฤติกรรม



ที่มา:Crego et al., อ้างถึงใน ธานีินทร์ สุวงศ์วาร.“ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพในงานบริการส่วนหน้าของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ตามการรับรู้ของหัวหน้างาน.”

วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

แนวคิดของกัมเมสสัน

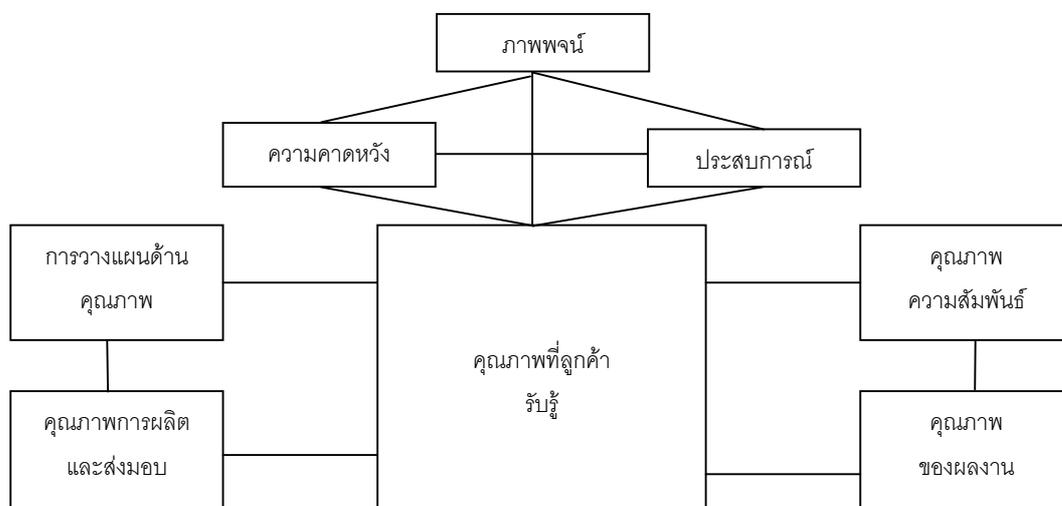
กัมเมสสัน (Gummesson ,อ้างถึงใน ธานีินทร์ สุวงศ์วาร,2541) ได้สรุปว่ารูปแบบของคุณภาพการให้บริการมี 2 แนวทาง คือ

1. คุณภาพที่ลูกค้ารับรู้กับความต้องการตลาด เน้นความสำคัญภายนอกองค์การ ซึ่งได้แก่ตัวลูกค้านั่นเอง
2. การควบคุมคุณภาพภายในองค์การ ซึ่งมุ่งเน้นการควบคุมขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ

กัมเมสสัน ได้อธิบายว่าจุดศูนย์กลางของรูปแบบคุณภาพบริการอยู่ที่การที่ลูกค้ารับรู้คุณภาพการให้บริการ ซึ่งวัดได้ด้วยความคาดหวังและประสบการณ์ของลูกค้า และภาพพจน์ขององค์การและผลิตภัณฑ์ก็มีความสำคัญต่อการรับรู้ของลูกค้าเช่นกัน การพัฒนาคุณภาพจึงเป็นหน้าที่สำคัญของฝ่ายการตลาดและพนักงานที่ต้องให้บริการลูกค้าโดยตรง นอกจากนี้แล้วคุณภาพการให้บริการยังมีองค์ประกอบอีก 4 ด้าน ได้แก่ การวางแผนด้านคุณภาพ คุณภาพการผลิตและส่งมอบ คุณภาพความสัมพันธ์ และคุณภาพของผลงาน ตามภาพที่ 2.3

ภาพที่ 2.3

คุณภาพการบริการตามการรับรู้ของลูกค้า



ที่มา: Gummesson, อังถึงใน ธาณินทร์ สุวงศ์วาร, "ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพในงานบริการส่วนหน้าของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครตามการรับรู้ของหัวหน้างาน," วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

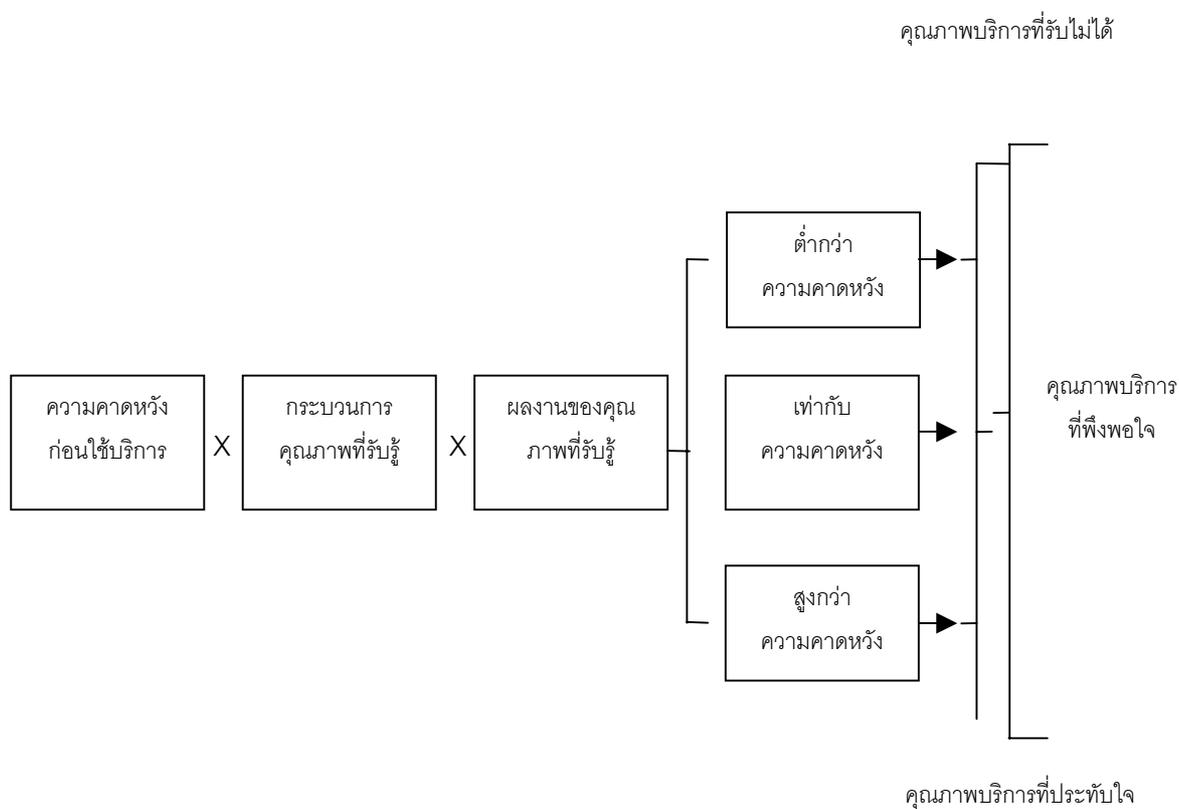
แนวคิดของเบอรรี่และคณะ

เบอรรี่และคณะ (Berry et al., อ้างถึงใน ธานีินทร์ สุวงศ์วาร, 2541) ได้วางรูปแบบของ คุณภาพการให้บริการโดยใช้ข้อสรุปจากการศึกษา 4 ข้อ คือ

1. การประเมินของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการ เป็นการเปรียบเทียบความคาดหวังในการให้บริการกับบริการที่ได้รับ ถ้าบริการที่ได้รับอยู่เหนือความคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความประทับใจ ถ้าต่ำกว่าลูกค้าจะไม่พอใจ
2. เมื่อลูกค้าประเมินคุณภาพการให้บริการ ลูกค้าจะได้รับอิทธิพลจากระบบการให้บริการและผลของการบริการในภาพรวม
3. คุณภาพการให้บริการนั้นอาจเกิดขึ้นจากสองสภาพการณ์ คือ สภาพการณ์ปกติและสภาพการณ์วิกฤต
4. เมื่อเกิดปัญหาขึ้น องค์การบริการจะต้องติดต่อกับลูกค้าเพื่อหาทางแก้ไข โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อปัญหานั้นเป็นปัญหาที่รุนแรงและวิกฤต ตามภาพที่ 2.4

ภาพที่ 2.4

รูปแบบของความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการ



ที่มา: Berry et al., อ้างถึงใน ธาณินทร์ สุวงศ์วาร, “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพในงานบริการส่วนหน้าของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ตามการรับรู้ของหัวหน้างาน,” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

แนวคิดของสไนเดอร์และโบเวน

สไนเดอร์และโบเวน (Schneider and Bowen, อ้างถึงใน อภิวิที ปราสาททรัพย์, 2545) กล่าวว่า ขั้นตอนของงานบริการที่มี คุณภาพของธุรกิจบริการมี 3 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นตอนลูกค้า (The Customer Tier) ให้ความสำคัญกับความคาดหวัง ความต้องการและศักยภาพของลูกค้า เพราะลูกค้าไม่ค่อยรู้ตัวว่าสิ่งที่ตัวเองต้องการและคาดหวังคืออะไร องค์การแต่ละองค์การจึงควรมีคุณภาพการบริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของตลาด และ ลูกค้า เช่น ต้องการความเชื่อมั่น ต้องการความยกย่อง ต้องการความยุติธรรม

2. ชั้นตอนเชื่อมต่อ (The Boundary Tier) ช่วงนี้ถือว่าเป็นช่วงเวลาแห่งความจริง งานบริการส่วนมากอยู่ในชั้นตอนเชื่อมต่อนี้มักจะมีการพบกันระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการในลักษณะเผชิญหน้ากัน ช่วงเวลาที่มีความสำคัญอย่างยิ่งนี้ ลูกค้าคาดหวังว่า

1. ปฏิบัติการตอบโต้ระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้าอย่างไร บริการจะรวดเร็วและมี ศักยภาพโดยเต็มไปด้วยอรรถยาศัยไมตรีหรือไม่

2. ผู้ให้บริการมีอุปกรณ์เครื่องใช้จำเป็นสำหรับใช้ในการให้บริการพร้อมหรือไม่

3. การให้บริการเกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่สอดคล้องกับธรรมชาติ การให้บริการหรือไม่

ผู้ให้บริการมีบทบาทพิเศษในชั้นตอนนี้ และสมควรได้รับความสนใจเป็นพิเศษ เนื่องจากการบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถจับต้องได้ เมื่อต้องติดต่อกับลูกค้าผู้ให้บริการควรแสดงตนเป็นฝ่ายเริ่มต้น จะต้องมีความไวและยืดหยุ่นในการติดต่อสื่อสาร โดยจะต้องมีความสามารถอย่างน้อย 2 ด้าน คือ ความสามารถในการตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพ ในการให้บริการ และมีความสามารถในการแก้ไขความผิดพลาดเมื่อเกิดปัญหาในงานบริการได้

ชั้นตอนการเชื่อมต่อมีความสำคัญเพราะเป็นชั้นตอนที่การผลิต การส่งมอบและการบริโภคเกิดขึ้นพร้อมกัน ตามแนวคิดที่ว่าบริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ และในขั้นนี้เองพนักงานมีบทบาทสำคัญยิ่งที่จะเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งมอบ

3. ชั้นตอนประสานงาน (The Coordination Tier) การประสานงานเป็นหน้าที่รับผิดชอบของฝ่ายบริหาร เนื่องจากธุรกิจบริการจะมีลักษณะของการมีปฏิสัมพันธ์ การร่วมมือ การประสานงาน เพราะพฤติกรรมของลูกค้ามีความสลับซับซ้อน การตอบสนองต่อความต้องการเหล่านั้นจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ อย่างเป็นระบบหรือต้องมีการทำงานเป็นทีมเพื่อสามารถที่จะสร้างการให้บริการแบบ “ไร้รอยต่อ” (Seamless Service)

ผู้บริหารมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งที่จะสร้างวัฒนธรรมองค์การที่เอื้อต่อการสร้าง คุณภาพในการให้บริการ โดยการพัฒนาคุณภาพการให้บริการไม่สามารถจะพัฒนาได้จากส่วนของนโยบายเท่านั้น แต่จะต้องปรับค่านิยมและความเชื่อในองค์การ ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่จะสร้างพฤติกรรมที่ลูกค้าพึงพอใจด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลาแห่งความเป็นจริง (Moment of Truth) ซึ่งพนักงานมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง

ซึ่งรูปแบบคุณภาพการบริการของสโนเดอร์และโบเวน มีความคิดเห็นสอดคล้องกับรูปแบบคุณภาพการบริการของพาราซูรามานและคณะที่ผู้ศึกษาวิจัยให้ความสนใจเป็นอย่างยิ่ง และผู้ศึกษาวิจัยได้ใช้เป็นกรอบทฤษฎีสำหรับศึกษาคุณภาพของการให้บริการตามการรับรู้ของหัวหน้า

งานของพนักงานแผนกลูกค้าสัมพันธ์บริษัท ทูมูฟ จำกัด ผู้วิจัยจึงขอนำเสนอทฤษฎีและผลการวิจัยอย่างละเอียด ดังนี้

แนวคิดของพาราซูรามานและคณะ

พาราซูรามาน เซทธามอล และเบอริ (Parasuraman Zeithamal and Berry อ้างถึงใน ชีรดา เนียมอยู่, 2548) ได้สนใจศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการและการจัดการคุณภาพบริการมาตั้งแต่ปี 1983 ซึ่งในขณะนั้นยังไม่มีวรรณกรรมที่ศึกษาในเรื่องคุณภาพการบริการมากนักมีเพียงแต่เรื่องคุณภาพของสินค้า โดยมีผู้ให้ความหมายและลักษณะที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของสินค้าอย่างชัดเจน แต่ไม่สามารถนำมาใช้ในเรื่องของคุณภาพการบริการได้ เนื่องจากสินค้าและบริการมีความแตกต่างกันด้วยพื้นฐาน 3 ประการ คือ การผลิต การบริโภค และการประเมินผล

พาราซูรามานและคณะมีความสนใจศึกษาวิจัยเรื่องของคุณภาพการบริการ โดยได้ตั้งคำถามไว้ 3 ประการ คือ

1. คุณภาพของการให้บริการคืออะไร? (What is service quality?)
2. สาเหตุของปัญหาเรื่องคุณภาพของการให้บริการคืออะไร? (What causes service -quality problems?)
3. องค์การสามารถทำอะไรได้บ้างเพื่อแก้ไขปัญหาเหล่านี้และปรับปรุงคุณภาพของการให้บริการของพวกเขา (What can organizations do to solve these problems and improve their service?)

โดยพาราซูรามานและคณะได้ร่วมกันทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ การศึกษาค้นคว้านี้ได้รับการสนับสนุนจากสถาบันวิจัยทางการตลาด MSI (Marketing Science Institute) ใช้เวลานานถึง 7 ปี (ค.ศ. 1983 – ค.ศ. 1990) โดยแบ่งเป็น 4 ระยะ เริ่มจากการวิจัยเชิงคุณภาพในกลุ่มผู้รับบริการและกลุ่มผู้ให้บริการของบริษัทชั้นนำหลายแห่ง และ นำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนารูปแบบคุณภาพการบริการ โดยการศึกษาแบ่งเป็น 4 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้กลุ่มผู้รับบริการและผู้ให้บริการของบริษัทหลายแห่งผลที่ได้นำมาใช้ปรับปรุงรูปแบบการให้บริการ

ระยะที่ 2 ศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์ ใช้รูปแบบคุณภาพการบริการที่ได้จากการศึกษา ระยะที่ 1 โดยศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้รับบริการเท่านั้น จากนั้นนำมาปรับปรุงจนกระทั่งได้เครื่องมือวัด

คุณภาพการบริการที่เรียกว่า SERVQUAL และปรับปรุงเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินคุณภาพการบริการ ตามการรับรู้และความคาดหวังของผู้รับบริการ

ระยะที่ 3 ศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์เช่นเดียวกับระยะที่ 2 แต่มุ่งศึกษาในกลุ่มผู้ให้บริการ การดำเนินการมีหลายขั้นตอนเริ่มจากการทำการวิจัยในบริษัทชั้นนำ 5 แห่งซึ่งมีสำนักงาน 89 แห่ง แล้วนำผลการวิจัยทั้ง 3 ระยะมาศึกษารวมกันโดยการทำสัมมนากลุ่มย่อยในกลุ่มผู้รับบริการและผู้ให้บริการ และมีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในกลุ่มผู้บริหาร และท้ายสุดได้ทำการวิจัยสำรวจใน ทุกๆ กลุ่ม ต่อมาได้ทำการศึกษาอีกครั้งในธุรกิจบริการ 6 ประเภท ได้แก่ งานบริการประกัน งานบริการบัตรเครดิต งานบริการซ่อมบำรุง งานบริการโทรศัพท์ทางไกล งานบริการธนาคาร สาขาย่อย และงานบริการนายหน้าซื้อขาย

ระยะที่ 4 ศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการโดยเฉพาะ

พาราซูรามานและคณะได้นำแนวคิดทางด้านคุณภาพในการให้บริการไปประยุกต์ใช้ ทางด้านการตลาด โดยเน้นการตอบสนองความต้องการ (Want) และความจำเป็น (Need) ของลูกค้าและทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับความพึงพอใจซึ่งมีประสิทธิภาพมากกว่าคู่แข่ง โดยถือเป็นหลัก สำคัญ

ปัจจัยที่จะสร้างคุณภาพการบริการ (Service Quality) เริ่มจากการที่ลูกค้าได้รับข้อมูล จากผู้อื่น (Word of mouth communication) ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Need) และ จาก ประสบการณ์ในอดีต เนื่องจากการโฆษณาและประชาสัมพันธ์นำไปสู่ความคาดหวัง คุณภาพ ในการให้บริการจึงขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างการรับรู้กับบริการที่ได้รับ ความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจะประเมินว่าความคาดหวังของเขาจะได้รับการตอบสนองเพียงใด

จากผลการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ พาราซูรามานและคณะได้สรุปข้อค้นพบไว้ดังนี้

1. การตัดสินระดับของคุณภาพการบริการขึ้นอยู่กับว่าผู้รับบริการได้คาดหวังไว้ อย่างไรและผู้รับบริการรับรู้การบริการนั้นอย่างไร ดังนั้นจึงอาจให้ความหมายของคุณภาพการให้ บริการตามการรับรู้ของผู้รับบริการว่าเป็นระยะห่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้การบริการที่ ได้รับจริงของ ผู้รับบริการ

2. ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการ คือ คำบอกเล่าแบบปากต่อปาก ความต้องการส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน ประสบการณ์ที่เคยได้รับ และการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของผู้ให้บริการ

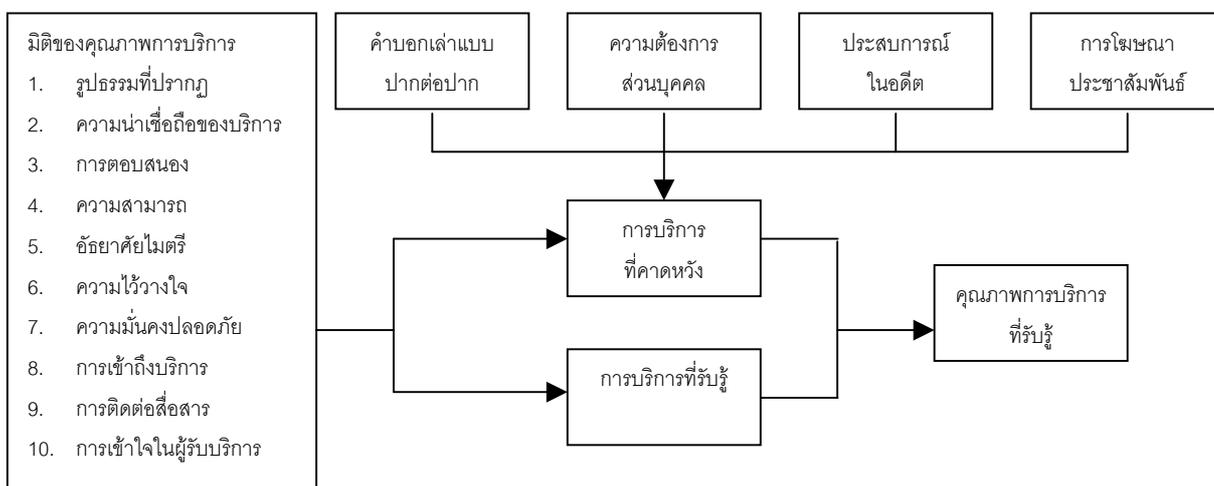
3. เกณฑ์ที่ผู้รับบริการใช้ประเมินคุณภาพการบริการสามารถระบุได้เป็น 10 มิติ คือ

1) รูปธรรมที่ปรากฏ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ผู้ให้บริการ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการ

- 2) ความน่าเชื่อถือของบริการ (Reliability) หมายถึง ความพร้อมที่จะให้บริการอย่าง ถูกต้อง ต่อเนื่องและสม่ำเสมอ และสามารถให้บริการตามกำหนดเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้า
- 3) การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจพร้อมที่จะให้บริการและให้บริการอย่างรวดเร็ว
- 4) ความสามารถ (Competence) หมายถึง มีทักษะความรู้ที่จะปฏิบัติงานนั้นๆ ความชำนาญในการติดต่อลูกค้า และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริการ
- 5) อหิยาศัยไมตรี (Courtesy) หมายถึง ความสุภาพ ให้เกียรติ คำนึงถึงความรู้สึกของ ผู้อื่นและมีความเป็นมิตร
- 6) ความไว้วางใจ (Credibility) หมายถึง ความมีคุณค่าน่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ ซึ่งสัมพันธ์กับการคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของลูกค้าต้องอาศัยชื่อเสียงขององค์การและบุคลิกภาพส่วนตัวของผู้ให้บริการเป็นสำคัญ
- 7) ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึง การปราศจากความเสียหาย อันตราย หรือความสงสัย
- 8) การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง ความสะดวกและความคล่องตัวที่ลูกค้าได้รับในการติดต่อ มีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน ใช้เวลาน้อย ลูกค้าไม่ต้องรอนาน สามารถเข้าไปใช้บริการได้อย่างสะดวก
- 9) การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ความสามารถในการให้ข้อมูลแก่ ลูกค้าด้วยภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย ทำให้ลูกค้าไม่สับสนในขั้นตอนการบริการ ตลอดจนสามารถสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า เมื่อลูกค้าเกิดปัญหา
- 10) การเข้าใจในผู้รับบริการ (Understanding/Knowing the customer) หมายถึง การพยายามทำความเข้าใจในความต้องการของผู้รับบริการ จากผลการวิจัยที่ได้คำจำกัดความของคุณภาพการให้บริการและการประเมินคุณภาพการให้บริการทั้ง 10 มิติ จึงสามารถเขียนแบบจำลองได้ดังภาพที่ 2.5

ภาพที่ 2.5

แสดงการประเมินคุณภาพการให้บริการของลูกค้า



ที่มา: A. Parasuraman; Valarie A. Zeithaml; and Leonard L. Berry, อ้างถึงใน อภิรดี ปราสาททรัพย์ “ผลของความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองและความฉลาดทางอารมณ์ที่มีต่อคุณภาพการบริการของข้าราชการตำรวจกองตรวจคนเข้าเมือง 2,” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.

ในการพัฒนาเครื่องมือวัดคุณภาพของการให้บริการตามการรับรู้ของผู้ใช้บริการหรือที่เรียกว่า SERVQUAL นั้น พาราซูรามานและคณะได้ค้นพบว่ามีความคาบเกี่ยวกันในบางมิติของคุณภาพการให้บริการเดิม 10 มิติ ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1

แสดงความคาบเกี่ยวระหว่างมิติของ SERVQUAL และมิติเดิมที่ใช้
ในการประเมินคุณภาพของการให้บริการทั้งสิ้น

	รูปธรรมที่ปรากฏ	ความน่าเชื่อถือ	การตอบสนอง	การให้ความมั่นใจ	การเข้าใจในผู้รับบริการ
-รูปธรรมที่ปรากฏ	XXX				
-ความน่าเชื่อถือของบริการ		XXX			
-การตอบสนอง			XXX		
-ความสามารถ				XXX	
-อัธยาศัยไมตรี				XXX	
-ความไว้วางใจ				XXX	
-ความมั่นคงปลอดภัย				XXX	
-การเข้าถึงบริการ					XXX
-การติดต่อสื่อสาร					XXX
-การเข้าใจในผู้รับบริการ					XXX

ที่มา:A. Parasuraman; Valarie A. Zeithamal; and Leonard L. Berry, อ้างถึงใน
ฉัตรฤดี สุภปลั่ง, “ผลของบุคลิกภาพและเขาวนอารมณ์ที่มีต่อคุณภาพของการให้บริการตามการ
รับรู้ของ หัวหน้างาน ของพนักงานส่วนหน้า ของโรงแรมชั้นหนึ่งในกรุงเทพมหานคร,”
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตรมหาวิทาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

ต่อมาพาราซูรามานและคณะได้ปรับเกณฑ์ที่ใช้วัดคุณภาพของการบริการลดเหลือ
เพียง 5 ด้าน เรียกว่า “Service Quality หรือ SERVQUAL” และได้กำหนดความหมายไว้ดังนี้

1. ด้านรูปธรรมที่ปรากฏ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ผู้ให้บริการ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับ

บริการรู้สึกว่าได้รับการดูแลห่วงใยและความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกลำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้นได้ชัดเจนขึ้น

2. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึงความพร้อมที่จะให้บริการอย่างถูกต้องต่อเนื่องสม่ำเสมอ และสามารถให้บริการตามกำหนดเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้า ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการ รู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือสามารถให้ความไว้วางใจได้

3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจพร้อมที่จะให้บริการ และให้บริการอย่างรวดเร็วทันใจ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ รวมทั้งกระจายการบริการไปอย่างรวดเร็วทั่วถึง

4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง ความรู้ ความสุภาพของพนักงานและความสามารถในการสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นให้กับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการต้องแสดงถึงทักษะ ความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกิริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการ จะได้รับบริการที่ดีที่สุด

5. ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึงความดูแลเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการแต่ละคนที่มีความต้องการแตกต่างกันไป

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้รับบริการที่ได้ทำในระยยะที่ 4 พบว่าการจัดบริการที่มีคุณภาพสูงหรือที่เรียกว่า “การจัดการด้านคุณภาพบริการ (Service Quality Management)” หมายถึง การทำให้เกิดความสมดุลระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้รับบริการซึ่ง พาราซูรามาน และคณะเชื่อว่าการสร้างคุณภาพการบริการ คือ การทำให้ช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ของผู้รับบริการปิดลง (Closed Gaps) พวกเขาได้ศึกษาในแนวคิดโดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารของบริษัทขนาดใหญ่ที่เกี่ยวกับการให้บริการโดยเลือกผู้บริหารฝ่ายการตลาด ฝ่ายดำเนินการ ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ และฝ่ายบริหาร ผลจากการวิจัยแสดงให้เห็นว่าช่องว่างหรืออุปสรรคของการให้บริการที่ไม่มีคุณภาพอยู่ที่ขั้นตอนใดและเกิดขึ้นได้อย่างไร ความพยายามในการที่จะแก้ปัญหาการให้บริการที่ไม่มีคุณภาพขององค์กร ทำให้เกิดความเข้าใจในปัญหาบริการที่เกิดขึ้น ช่องว่างหรืออุปสรรคของการให้บริการแบ่งออกเป็น 5 ช่องว่าง คือ ช่องว่างที่ 1 ถึงช่องว่างที่ 4 เป็นช่องว่างภายใน (Internal Gaps) ซึ่งอธิบายถึงที่มาของช่องว่างคุณภาพที่เกิดขึ้นในองค์กร ส่วนช่องว่างสุดท้ายเป็นช่องว่างที่ 5 ซึ่งหมายถึง ช่องว่างภายนอก (External Gaps) ซึ่งเป็นช่องว่างที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้รับบริการโดยตรง รายละเอียดเกี่ยวกับช่องว่างหรืออุปสรรคต่างๆ มีดังนี้

1. ช่องว่างที่ 1 เกิดจากความไม่ตรงกันระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการกับการรับรู้ของผู้บริหารต่อความคาดหวังของผู้รับบริการ (Gap 1: Customers' expectation-Management's perception of customer's expectation) ซึ่งเกิดจากการที่ผู้บริหารไม่ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการโดยมีสาเหตุมาจากการขาดการทำวิจัยทางการตลาด ขาดการใช้ข้อมูลการวิจัยทางการตลาด ขาดการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและผู้รับบริการ ขาดการสื่อสารจากผู้ให้บริการโดยตรงถึงผู้บริหารระดับสูงและมีระดับชั้นของสายการบังคับบัญชา มากเกินไป

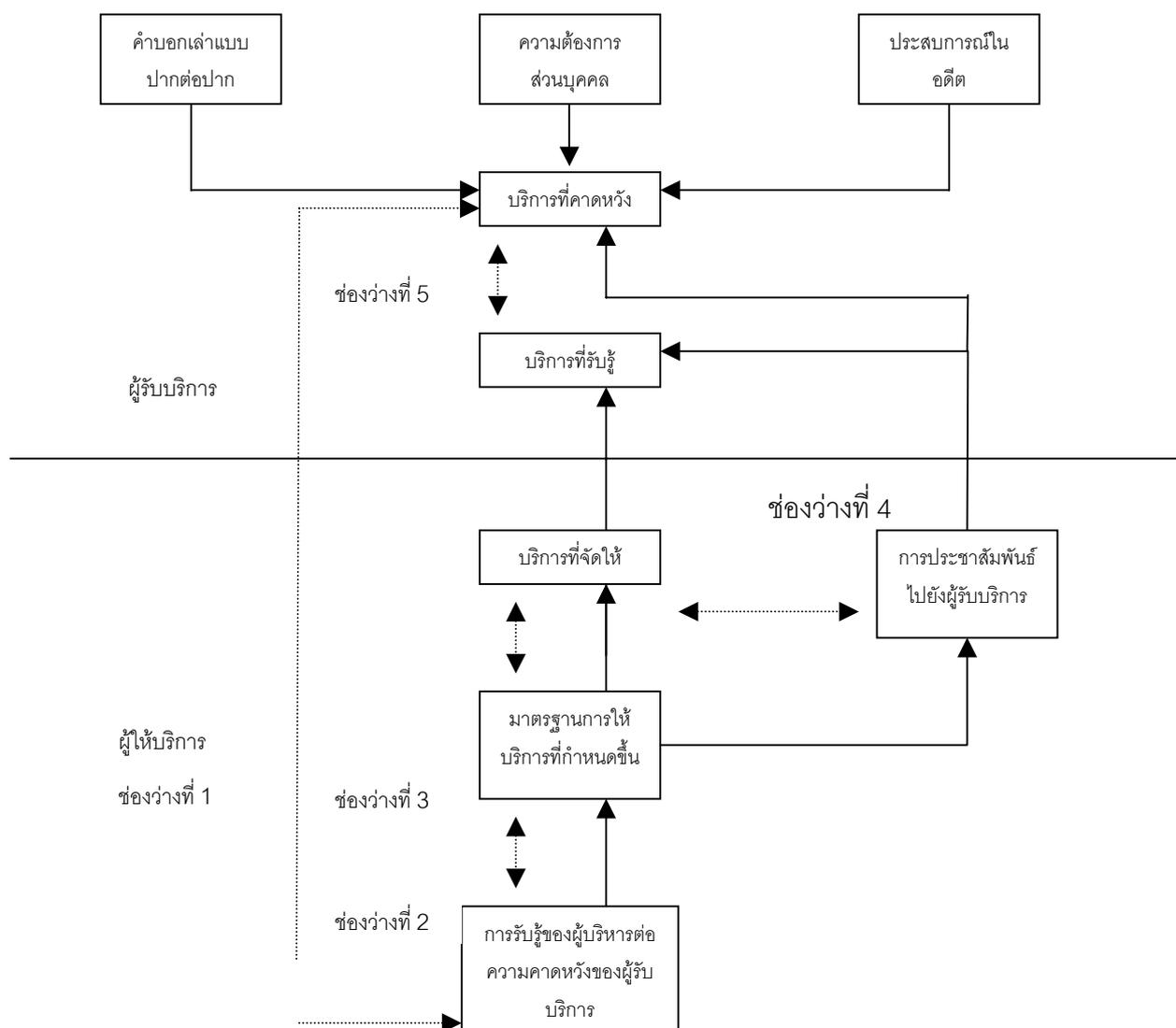
2. ช่องว่างที่ 2 เกิดจากความไม่ตรงกันระหว่างการรับรู้ของผู้บริหารต่อตามความคาดหวังของผู้รับบริการกับมาตรฐานการให้บริการที่กำหนดขึ้นโดยผู้บริหาร (Gap 2: Management's perception of customer's expectation-service quality specification) โดยมีสาเหตุมาจากฝ่ายบริหารไม่ได้ยึดมั่นต่อคุณภาพการให้บริการเพียงพอ ไม่มีการกำหนดเป้าหมาย ขาดการกำหนดมาตรฐานของงาน และขาดการรับรู้ในความเป็นไปได้

3. ช่องว่างที่ 3 เกิดจากความไม่ตรงกันระหว่างมาตรฐานการให้บริการที่กำหนดขึ้นกับบริการที่ให้อาจจริง (Gap 3: Service quality specifications-service delivery) ช่องว่างนี้มีชื่อเรียกว่า ช่องว่างของการปฏิบัติการบริการ (Service-Performance Gap) โดยเกิดจากการที่ผู้ให้บริการไม่เต็มใจหรือไม่สามารถให้บริการตามมาตรฐานที่กำหนด ซึ่งอาจเกิดจากความขัดแย้ง และความไม่ชัดเจนของบทบาท การคัดเลือกบุคลากรไม่เหมาะสมกับงาน เทคโนโลยีที่ใช้ไม่เหมาะสมกับงาน ระบบการควบคุมงานไม่เหมาะสม ซึ่งเป็นเหตุให้การประเมินผลหรือระบบการให้รางวัลไม่มีความเหมาะสมรวมทั้งการที่ผู้ให้บริการขาดการรับรู้ต่อการควบคุมตนเอง และการขาดการทำงานเป็นทีมที่ดี

4. ช่องว่างที่ 4 เกิดจากความไม่ตรงกันระหว่างบริการที่ให้อาจจริงกับการสื่อสารไปยังผู้รับบริการ (Gap 4: Service delivery-external communication) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้รับบริการ ปัจจัยที่มีผลต่อช่องว่างนี้ได้แก่ การติดต่อสื่อสารในแนวราบ ซึ่งหมายถึง การดำเนินงานติดต่อประสานงานกันระหว่างแผนก ช่องว่างที่ 4 จึงอาจเกิดจากการขาดการสื่อสารระหว่างแผนกต่างๆ ในองค์กร หรืออาจเกิดจากการประชาสัมพันธ์ที่เกินความสามารถจริง

5. ช่องว่างที่ 5 เกิดจากความไม่ตรงกันระหว่างบริการที่คาดหวังกับบริการที่รับรู้ของผู้รับบริการ (Gap 5: Customers' expectation-perceive service) ซึ่งเกิดจากการที่ผู้รับบริการมีเกณฑ์ในการวัดคุณภาพบริการต่างจากผู้ให้บริการ โดยปัจจัยที่มีผลต่อช่องว่างนี้มาจากช่องว่างทั้ง 4 ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ตามภาพที่ 2.6

ภาพที่ 2.6
รูปแบบคุณภาพการบริการ (Service Quality Model)



ที่มา: A. Parasuraman; Valarie A. Zeithaml; and Leonard L. Berry, อ้างถึงใน
ฉัตรฤดี สุภปลั่ง, “ผลของบุคลิกภาพและเชาวน์อารมณ์ที่มีต่อคุณภาพของการให้บริการตามการ
รับรู้ของ หัวหน้างาน ของพนักงานส่วนหน้า ของโรงแรมชั้นหนึ่งในประจวบคีรีขันธ์,”
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

กล่าวโดยสรุป คือ ตัวแปรสำคัญในการอธิบายคุณภาพการบริการของทุกองค์การ คือ
ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในการให้บริการและการรับรู้บริการที่เกิดขึ้นจริงของลูกค้า

ดังนั้นการสร้างคุณภาพการบริการจึงขึ้นอยู่กับความสามารถในการเรียนรู้ของผู้ให้บริการโดยผู้ให้บริการจะต้องทราบความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับบริการและตอบสนองต่อความต้องการนั้นให้ถูกต้องเหมาะสมโดยจะต้องพยายามลดช่องว่างทั้ง 5 ประการ ให้เหลือน้อยที่สุดในทุกกระบวนการของการบริการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความฉลาดทางอารมณ์

โซสิคและเมเจอร์เรียน (Sosik and Megerian, อ้างถึงใน ฉัตรฤดี สุกปลั่ง, 2543) ได้ทำการวิจัยเรื่องเชาวน์อารมณ์และผลการปฏิบัติงานของผู้นำ โดยต้องการทราบว่าความสอดคล้องในการประเมินตนเองจะเป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ดังต่อไปนี้หรือไม่ ก) ระหว่างเชาวน์อารมณ์ และ พฤติกรรมการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง (transformational leadership) ข) ระหว่างพฤติกรรมการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงและผลการปฏิบัติงาน กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้จัดการทางด้านข่าวสารเทคโนโลยี จำนวน 63 คนที่ตอบแบบสอบถามวัดเรื่องเชาวน์อารมณ์และประเมินพฤติกรรมการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง ความสอดคล้องในการประเมินตนเองวัดจากความแตกต่างระหว่างคะแนนพฤติกรรมการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ประเมินตนเองและคะแนนที่ลูกน้องประเมิน ส่วนผลการปฏิบัติงานนั้นประเมินโดยผู้บังคับบัญชา ผลการวิจัยพบว่า สำหรับผู้ที่ประเมินตนเองได้สอดคล้องกับที่ลูกน้องประเมินนั้น ก) องค์ประกอบของเชาวน์อารมณ์บางด้าน คือ การมีจุดมุ่งหมายในชีวิต (purpose of life) การรับรู้ในความสามารถของตน (personal efficacy) การควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (interpersonal control) และความมั่นใจในตนเองต่อสาธารณชน (social self-confidence) นั้นมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญกับพฤติกรรมการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทั้งที่ประเมินเองและที่ลูกน้องประเมิน ข) องค์ประกอบของเชาวน์อารมณ์ด้านความมั่นคงทางอารมณ์ (even temperedness) มีความสัมพันธ์ทางลบอย่างมีนัยสำคัญกับคะแนนพฤติกรรมการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงประเมินด้วยตนเอง ค) คะแนนพฤติกรรมการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ลูกน้องประเมินมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญกับคะแนนผลการปฏิบัติงานที่ประเมินโดยผู้บังคับบัญชา สำหรับผู้ที่ประเมินตนเองต่ำกว่า ลูกน้องประเมินนั้น ก) เชาวน์อารมณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง ยกเว้นองค์ประกอบด้านความมั่นใจในตนเองต่อสาธารณชนและด้านการมีจุดมุ่งหมายในชีวิต ข) องค์ประกอบของเชาวน์อารมณ์ด้านความมั่นใจในตนเองต่อสาธารณชนมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญกับคะแนนพฤติ

กรรมการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทั้งที่ประเมินตนเองและที่ลูกน้องประเมิน ค) องค์ประกอบของเขาวนอารมณ์ด้านการมีจุดมุ่งหมายในชีวิตมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญกับคะแนนพฤติกรรมกรรมการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเฉพาะที่ประเมินเองเท่านั้น ง) คะแนนพฤติกรรมกรรมการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ลูกน้องประเมินมีความสัมพันธ์ทางลบอย่างมีนัยสำคัญกับผลการปฏิบัติงานที่ประเมินโดยผู้บังคับบัญชา สำหรับผู้ที่ประเมินตนเองสูงกว่าลูกน้องประเมินนั้น ก) เขาวนอารมณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง ข) คะแนนพฤติกรรมกรรมการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ลูกน้องประเมินไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานที่ประเมินโดยผู้บังคับบัญชา โชลิตและเมเจอร์เรียนกล่าวสรุปว่า ผลการวิจัยแสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของเขาวนอารมณ์และพฤติกรรมกรรมการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนั้นขึ้นอยู่กับมุมมองตัวเองของผู้จัดการ แบบแผนของผลการวิจัยที่ออกมาสนับสนุนแนวคิดที่ว่า การตระหนักรู้ในตนเอง (ที่วัดจากความสอดคล้องระหว่างคะแนนที่ประเมินเองและลูกน้องประเมิน) นั้นเป็นพื้นฐานขององค์ประกอบของเขาวนอารมณ์อารมณ์ด้านอื่นๆ การตระหนักรู้ตัวเองจะทำให้บุคคลควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้ดีขึ้น ผู้นำด้านการเปลี่ยนแปลง (transformational leader) ที่มีความตระหนักรู้ในตนเองจะมีความมั่นใจในตนเอง มีการรับรู้ในความสามารถของตน สามารถชี้นำทิศทางให้กับลูกน้องได้ และจะได้รับชื่นชมทั้งจากลูกน้องและจากผู้บังคับบัญชา

โกลแมน (Goleman , อ้างถึงใน ชวนจิตร ฤทธิ์ทอง ,2544) กล่าวว่า ในงานที่มีความซับซ้อนปานกลาง (พนักงานขาย, ช่างกล) นั้น ผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงสุดจะมีผลงานมากกว่าผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานต่ำสุดถึง 12 เท่า และมีผลงานมากกว่าผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานปานกลาง 85 เปอร์เซ็นต์ ส่วนงานที่มีความซับซ้อนมาก (พนักงานขายประกัน, ผู้จัดการฝ่ายบัญชี) นั้นผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงสุดจะมีผลงานมากกว่าผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานปานกลาง 127 เปอร์เซ็นต์จากการวิจัยประสิทธิภาพในบริษัทและองค์กรทั่วโลกมากกว่า 200 แห่ง พบว่า 1 ใน 3 ของความแตกต่างเกิดจากทักษะทางเทคนิค (Technical Skills) และความสามารถทางปัญญา (Cognitive Ability) ในขณะที่ 2 ใน 3 เกิดจากความสามารถด้านความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Competence) และในตำแหน่งผู้นำระดับสูงสุดนั้น มากกว่า 4 ใน 5 ของความแตกต่างเกิดจากความสามารถด้านความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Competence)

โกลแมน พบว่า ความสามารถทางเชาว์ปัญญาสามารถอธิบายความสำเร็จของบุคคลได้สูงสุดเพียง 20 เปอร์เซ็นต์ส่วนที่เหลืออีก 80 เปอร์เซ็นต์นั้นสามารถอธิบายได้ด้วยความสามารถอื่นรวมทั้งความฉลาดทางอารมณ์ด้วย ซึ่งไม่มีใครบอกได้ชัดเจนว่าความสามารถเหล่านั้นประกอบด้วยอะไรบ้างรู้แต่เพียงว่าความสามารถเหล่านี้มีความสำคัญมากกว่าเชาว์ปัญญา นอกจากนี้ โกลแมน ยังแสดงความเชื่อมั่นว่าความฉลาดทางอารมณ์มีความสำคัญ ส่งผลต่อความสำเร็จใน

ชีวิตเหนือกว่าเขาวนปัญญา และความชำนาญการด้านต่างๆ ถึง 2 เท่า ในสาขาที่เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ โกลแมน เชื่อว่าความฉลาดทางอารมณ์มีความสำคัญเหนือกว่าเขาวนปัญญาถึง 4 เท่าที่จะส่งผลต่อความสำเร็จในวิชาชีพ

แมคเคลแลนด์ (McCelland , อ้างถึงใน กฤติกา หล่อวัฒนวงศ์ ,2547)ทำการศึกษาบริษัทเครื่องดื่มขนาดใหญ่ซึ่งใช้วิธีมาตรฐานในการจ้างผู้จัดการแผนก และมีการเลิกจ้างผู้จัดการแผนก 50 เปอร์เซนต์ภายใน 2 ปี มีสาเหตุส่วนใหญ่ที่เลิกจ้างเนื่องจากผลการปฏิบัติงานต่ำ เมื่อบริษัทเริ่มใช้วิธีการคัดเลือกซึ่งพิจารณาสมรรถนะด้านความฉลาดทางอารมณ์ในด้านความคิดริเริ่ม (Initiative), ความมั่นใจในตนเอง (Self-Confidence) และความเป็นผู้นำ (Leadership) พบว่า มีการเลิกจ้างเพียง 6 เปอร์เซนต์ภายใน 2 ปี จึงนำการคัดเลือกแบบพิจารณาสมรรถนะด้านความฉลาดทางอารมณ์มาใช้ในการคัดเลือกผู้บริหาร ซึ่งผลการศึกษาพบว่า 87 เปอร์เซนต์ของผู้บริหารสามารถปฏิบัติงานได้ดีเป็น 3 อันดับแรกโดยพิจารณาจากเงินเดือน โบนัสของแผนกที่เขาสังกัดอยู่ นอกจากนี้ผู้จัดการแต่ละแผนกยังสามารถปฏิบัติงานได้เกินเป้าหมายที่คาดไว้ 15 ถึง 20 เปอร์เซนต์ ในขณะที่ผู้จัดการที่ขาดสมรรถนะด้านความฉลาดทางอารมณ์ปฏิบัติงานต่ำกว่าเป้าหมายเกือบ 20 เปอร์เซนต์

แมคเคลแลนด์ (McCelland , อ้างถึงใน กฤติกา หล่อวัฒนวงศ์ ,2547)ยังได้ศึกษาองค์ประกอบทางเขาวนอารมณ์ของนักการทูตของสหรัฐอเมริกาที่มีผลการปฏิบัติงานสูง โดยให้ดูวิดีโอเทปเกี่ยวกับบุคคลที่ตกอยู่ในสถานการณ์ต่างๆ และสัมภาษณ์ว่าบุคคลในวิดีโอเทปแต่ละสถานการณ์มีความรู้สึกอย่างไร พบว่า นักการทูตที่มีความสามารถในการรับรู้และเข้าใจความรู้สึกของผู้อื่น จะเป็นผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานสูงกว่าผู้ที่ไม่มีความสามารถด้านนี้

พอร์ราสและแอนเดอร์สัน (Porras and Anderson) พบว่า หลังจากที่หัวหน้างานของโรงงานอุตสาหกรรมแห่งหนึ่งได้รับการอบรมเกี่ยวกับความสามารถด้านเขาวนอารมณ์ ทำให้เป็นผู้ฟังที่ดี, ให้ความช่วยเหลือลูกจ้างในการแก้ไขปัญหาด้วยตนเองได้, ลดอุบัติเหตุลง 50 เปอร์เซนต์, ลดข้อข้องใจลงจากระดับเฉลี่ย 15 เรื่องต่อปีเป็น 3 เรื่องต่อปี, โรงงานผลิตได้เกินเป้าหมาย 250,000 เหรียญสหรัฐ และในโรงงานอุตสาหกรรมอื่นที่หัวหน้างานได้รับการอบรมคล้ายคลึงกัน ก็มีผลผลิตเพิ่มขึ้น 17 เปอร์เซนต์ ส่วนหัวหน้างานที่ไม่ได้รับการอบรม ไม่สามารถเพิ่มผลผลิตได้

สตีเวน สเตน (Steven Stein , อ้างถึงใน ชวนจิตร ฐระทอง ,2544) ได้วิจัยเรื่องความฉลาดทางอารมณ์ของคนอายุต่างๆ (Emotional Intelligence (EQ) Gets Better with Age) โดยทำการศึกษาศาสนาความฉลาดทางอารมณ์ของคนทั่วไป จำนวน 3,831 คน ที่อาศัยอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดา จากแบบทดสอบ EQ-I ของบาร์ฮอน โดยแบ่งช่วงอายุของคนออกเป็น 5 ช่วง คือ 16-19 ปี, 20-29 ปี, 30-39 ปี, 40-49 ปี และ 50 ปีขึ้นไป พบว่าช่วงอายุมีนัยสำคัญและ

ความคงเส้นคงวาต่อระดับความฉลาดทางอารมณ์ คือคะแนนรวมของความฉลาดทางอารมณ์ จะเพิ่มมากขึ้นตามอายุอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งคะแนนรวมของความฉลาดทางอารมณ์จะสูงที่สุดในช่วงปลายอายุ 40 ปีและต้นอายุ 50 ปี ส่วนระดับเชาวน์ปัญญา (IQ) จะสูงที่สุดเมื่ออยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนปลาย และจะค่อยๆ ลดลงจนกระทั่งปลายอายุ 50 ปี ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2

แสดงระดับความฉลาดทางอารมณ์ของคนทั่วไปแบ่งตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ (ปี)	คะแนน EQ เฉลี่ย
16-19	95.3
20-29	96.8
30-39	101.8
40-49	102.7
50 ขึ้นไป	101.5

หมายเหตุ: เกณฑ์ปกติของคะแนน EQ เท่ากับ 100

ที่มา: <http://eqi.mhs.com/press4.html>

จากผลการศึกษาทำให้ยืนยันได้ว่าวุฒิภาวะทางอารมณ์ (Emotional Maturity) นั้นแปรผันตามอายุและประสบการณ์ นอกจากนี้ข้อมูลที่ได้จากแบบทดสอบ EQ-I ของบาร์ฮอน ยังแสดงให้เห็นว่าคนที่มีคะแนน EQ สูงจะมีความสุขกับความสำเร็จในงาน และไม่คำนึงถึงเพศและชาติกำเนิดมีการค้นพบว่า โดยทั่วไปคนที่อายุมากกว่าจะสามารถควบคุมความต้องการของสภาพแวดล้อมและความกดดันได้ดีกว่าคนที่อายุน้อยกว่า นอกจากนี้ยังพบว่าอีกคนที่อายุมากกว่าจะมีลักษณะดังต่อไปนี้มากกว่าคนที่อายุน้อยกว่า

1. มีอิสระในการคิดและการกระทำมากกว่า (More independent in their thinking and actions)
2. ตระหนักถึงความรู้สึกของผู้อื่นมากกว่า (More aware of other's feelings)
3. มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่า (More socially responsible)
4. สามารถปรับตัวได้ดีกว่า (More adaptable)
5. สามารถประเมินสถานการณ์เฉพาะหน้าและแก้ไขปัญหาได้ดีกว่า (Better at sizing up the immediate situation and solving problems)

6. สามารถจัดการกับความเครียดได้ดีกว่า (Able to manage stress better than younger people)

และองค์ประกอบของความฉลาดทางอารมณ์ใน 5 ด้านต่อไปนี้สามารถมีความแปรผันตามช่วงอายุที่เปลี่ยนแปลงไป คือ

1. Social Responsibility คือ ความสามารถแสดงตนให้มีส่วนร่วม, ให้ความช่วยเหลือสมาชิกในสังคม (Richman, 1994)
2. Reality Testing คือความสามารถในการประเมินความเกี่ยวข้องกันระหว่างประสบการณ์และสิ่งที่เกิดขึ้นจริง
3. Problem Solving คือ ความสามารถในการตระหนักถึงและระบุปัญหา รวมทั้งหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่มีประสิทธิผล
4. Optimism คือ ความสามารถในการมองเห็นด้านดีของชีวิตและมีทัศนคติด้านบวกแม้ว่าจะต้องเผชิญกับความยากลำบาก

สตีเวน สเตน ยังได้ศึกษาถึงความแตกต่างระดับความฉลาดทางอารมณ์ของเพศชายและเพศหญิงที่มีต่อการประสบความสำเร็จในการทำงาน (Men and Woman Have Different Kinds and Levels of Emotional Intelligence , EQ for Both Sexes is Key to Workplace Success) โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชายจำนวน 4,500 คนและหญิงจำนวน 3,200 คนที่อาศัยอยู่ในประเทศ สหรัฐอเมริกาและแคนาดา พบว่า เพศหญิงจะมีความสามารถในการร่วมรับรู้ถึงความรู้สึกของผู้อื่น (Empathy) มากกว่าและมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) มากกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งถือว่าเพศหญิงมีทักษะระหว่างบุคคลดีกว่าเพศชาย ในขณะเดียวกัน พบว่าเพศชายมีความนับถือตนเอง (Self-Regard) และความสามารถจัดการกับปัญหาเฉพาะหน้า(Problem Solving) และความเครียด (Stress Tolerance) ได้ดีกว่าเพศหญิง ซึ่งในอดีตนั้นเพศชายมักมีอำนาจการปกครองเหนือกว่าหญิงเนื่องจากมีความอดทนต่อความเครียด (Stress Tolerance) สูงกว่าแต่ปัจจุบันทักษะด้านเก่งคน (People Skills) เข้ามามีบทบาทสำคัญมากขึ้น ดังนั้นเพศหญิงที่มีทักษะระหว่างบุคคลสูงจึงมีโอกาสในการเข้ามารับตำแหน่งหน้าที่ในระดับสูงขององค์กรได้ และยังพบว่าคะแนน EQ เฉลี่ยของเพศหญิงเท่ากับ 98 และเพศชายเท่ากับ 100 โดยองค์ประกอบของความฉลาดทางอารมณ์ที่พบแตกต่างกันอย่างเด่นชัดในเพศชายและหญิงแสดงใน ตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3

แสดงระดับความฉลาดทางอารมณ์ของคนทั่วไปในแต่ละองค์ประกอบ
ด้านที่แตกต่างกันโดยแบ่งตามเพศ

องค์ประกอบ	คะแนน EQ ของเพศหญิง	คะแนน EQ ของเพศชาย
การนับถือตนเอง (Self-Regard)	97	(+5) 102
สัมพันธภาพระหว่างบุคคล (Interpersonal Relationship)	(+4) 101	97
ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)	(+6) 102	96
ความเข้าใจผู้อื่น (Empathy)	(+9) 103	94
ความทนทานต่อความเครียด (Stress Tolerance)	97	(+7) 103

หมายเหตุ: เกณฑ์ปกติของคะแนน EQ เท่ากับ 100

ที่มา: <http://eqi.mhs.com/press5.html>

สิ่งที่น่าสนใจยิ่งไปกว่านั้นคือมีการค้นพบว่า การศึกษาความฉลาดทางอารมณ์ในแต่ละวัฒนธรรมทั่วโลก ได้ผลออกมาเช่นเดียวกันคือ เพศหญิงตระหนักถึงอารมณ์ของผู้อื่น, มีความเข้าใจ ผู้อื่น และมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายสามารถจัดการกับความเครียด การยอมรับนับถือตนเองมากกว่า

มีห์ราเบียน (Mehrabian ,อ้างถึงใน อภิริติ ปราสาททรัพย์ ,2545) ศึกษาความสัมพันธ์ของความแตกต่างในแต่ละคนกับความสำเร็จในชีวิตจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษามหาวิทยาลัยและพนักงานจำนวน 302 คน อายุ 17-46 ปี พบว่า

1. มีความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างความสำเร็จกับปัจจัยความสามารถในการปรับตัว-ไม่สามารถปรับตัวทางสังคม ที่ประเมินร่วมกับลักษณะนิสัยในปัจจุบัน 1 (อารมณ์ผ่อนคลาย) ได้แก่ ลักษณะปรารถนา-ไม่ปรารถนา (+), วิดกกังวล (-), ซึมเศร้า (-), มองโลกในแง่ดี (+), ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง (+), ดัชนีโดยนัยเรื่องความเชื่อถือได้ของพนักงาน (+) และความยืดหยุ่นในหน้าที่ (-)

2. มีความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างความสำเร็จกับดัชนีโดยนัยเรื่องความมีผลิตภาพและความคงเส้นคงวาของพนักงาน

3. มีความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างความสำเร็จกับลักษณะที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จ รวมทั้งปัจจัย 3 (การเน้นเป้าหมายที่เกี่ยวกับวินัย) ได้แก่ การอดทนรอให้เกิดความสำเร็จ (+), ความหุนหัน(-) , การผลัดวันประกันพรุ่ง (-), ความอดทน (+), ความซื่อสัตย์ (+), ความสามารถในการปรับเปลี่ยนการจัดการกับปัญหา (+) และสติปัญญา (+)

4. มีความสัมพันธ์ทางลบระหว่างความสำเร็จกับอารมณ์ในเรื่องกระบวนการคิดที่ทำให้การรับรู้ไม่สมดุล

5. มีความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างความสำเร็จ ความซื่อสัตย์ และอารมณ์ที่เข้าใจผู้อื่น

6. มีความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างความสำเร็จ รูปลักษณะทางร่างกาย และสติปัญญา

ซูตารโซและคณะ (Sutarso and others ,อ้างถึงใน กฤติกา หล่อวัฒนวงศ์ ,2546) ศึกษาผลของเพศและเกรดเฉลี่ยที่มีต่อชาวน์อารมณ์โดยใช้องค์ประกอบทางชาวน์อารมณ์ตามแนวคิดของโกลแมน โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาจำนวน 138 คน พบว่า นักศึกษาเพศหญิงจะมีองค์ประกอบชาวน์อารมณ์ด้านการตระหนักรู้อารมณ์ตนเองและการเห็นใจผู้อื่นสูงกว่าเพศชาย และพบว่า เกรดเฉลี่ยไม่มีความสัมพันธ์กับชาวน์อารมณ์

เมนฮาร์ท (Menheart ,อ้างถึงใน กฤติกา หล่อวัฒนวงศ์ ,2547) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องชาวน์อารมณ์ กรณีเป็นตัวทำนายความสำเร็จในการสัมภาษณ์งาน โดยศึกษาถึงองค์ประกอบทางชาวน์อารมณ์ 4 ด้าน ได้แก่ การเห็นใจผู้อื่น การรู้จักควบคุมอารมณ์ตนเอง การรู้จักอดทนรอคอย และการปรับอารมณ์ตนเอง ซึ่งทำการศึกษากับนักศึกษาปริญญาตรีจำนวน 116 คน โดยให้มีส่วนร่วมในสถานการณ์การคัดเลือกงานที่สร้างขึ้น ซึ่งนักศึกษาจะต้องทำการทดสอบข้อเขียน ถูกสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างผ่านทางวิดีโอเทป ได้รับการวัดพฤติกรรมในขณะรอคอย และมีการแจ้งถึงผลการสัมภาษณ์ให้รับทราบ จากผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบทางชาวน์อารมณ์ทั้ง 4 ด้าน มีผลต่อความสำเร็จในการสัมภาษณ์

ดีน (Dean,อ้างถึงใน วรวรรณ หงษ์กิตติยานนท์ ,2548) ศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างชาวน์อารมณ์กับการปรับตัวทางสถานภาพการสมรสของคู่สมรสที่มาจากชนชั้นกลาง พบว่า ชาวน์อารมณ์มีความสัมพันธ์กับการปรับตัวที่ดีทางสถานภาพการสมรส

เมเยอร์และคณะ (Mayer and others, อ้างถึงใน วรวรรณ หงษ์กิตติยานนท์, 2548) ศึกษาวิเคราะห์แบบทดสอบ MEIS ซึ่งเป็นแบบทดสอบเชาวน์อารมณ์ พบว่า เชาวน์อารมณ์มีความสัมพันธ์กับอายุ สามารถเพิ่มขึ้นตามระดับอายุ

เกรฟ (Graves , อ้างถึงใน วรวรรณ หงษ์กิตติยานนท์, 2548) ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเชาวน์อารมณ์กับความสามารถในการรับรู้และประสิทธิภาพในการทำงาน พบว่า เชาวน์อารมณ์มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการรับรู้และประสิทธิภาพในการทำงาน โดยสามารถทำนายพฤติกรรมที่จะนำไปสู่การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานในสาขาต่างๆ ตามทักษะของแต่ละบุคคลได้

เมเยอร์และจีเฮอร์ (Mayer and Geher, 1996) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความแตกต่างของความสามารถในการเชื่อมโยงความคิดกับอารมณ์ของแต่ละบุคคล โดยตั้งสมมติฐานว่าผู้ที่มีความสามารถในการเชื่อมโยงความคิดกับความรู้สึกของตนได้ดีจะมีความสามารถในการรับรู้ “ อารมณ์อันเป็นที่มาของความคิดของพวกเขาได้ดีและมีความสามารถในการเข้าใจความรู้สึกของผู้อื่นจากคำพูดของพวกเขาได้ในการวิจัยครั้งนี้มีผู้เข้าร่วมการทดลอง 321 คน ผู้เข้าร่วมการทดลองทุกคนจะได้อ่านข้อความที่กลุ่มเป้าหมายเขียนไว้ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ให้ผู้เข้าร่วมการทดลองเดาความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายจากข้อความที่กลุ่มเป้าหมายเขียน ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์หลายอย่างในการประเมินความสามารถในการอ่านความรู้สึกของผู้เข้าร่วมการทดลอง ทั้งความเห็นพ้องกับกลุ่มผู้เข้าร่วมการทดลองเองและกลุ่มเป้าหมาย ผู้เข้าร่วมการทดลองที่มีความเห็นพ้องกับความคิดของกลุ่มและกลุ่มเป้าหมายในระดับสูง จะมีคะแนนของการเอาใจเขามาใส่ใจเรา (การร่วมรู้สึก) สูงกว่าผู้เข้าร่วมการทดลองคนอื่นๆ และมีคะแนนการใช้อารมณ์ในการป้องกันตนเองต่ำ (emotional defensiveness) ซึ่งผลจากการวิจัยครั้งนี้สามารถกล่าวได้ว่าการแก้ปัญหาทางอารมณ์ต้องการความสามารถในการรับรู้ความรู้สึกของตนเองและผู้อื่นพอ ๆ กับความสามารถทางปัญญา ด้านอื่น ๆ

อับราฮัม (Abraham , 1999) กล่าวว่า ความฉลาดทางอารมณ์ คือ ความสามารถในการใช้อารมณ์ในการแก้ปัญหา การปรับอารมณ์ช่วยให้สามารถรับรู้หรือมองเห็นทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมายในการแก้ปัญหา อารมณ์เชิงบวกจะช่วยในการจัดระบบความจำและการแก้ปัญหา โดยอ้างถึงงานวิจัย ของ ไอเซน, ดอบแมน และโนวิคกี (Isen, Dabman, and Nowicki , 1987 cited by Abraham, 1999) ที่พบว่าผู้เข้าร่วมการทดลองที่มีความสุขจะมีวิธีการแก้ปัญหาที่สร้างสรรค์มากกว่าอารมณ์เชิงบวกจะช่วยกระตุ้นความรู้สึกให้มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนที่จะผ่านพ้นปัญหาไปได้

เมเยอร์ (Mayer, 1999) ได้ให้สัมภาษณ์ว่าความฉลาดทางอารมณ์ไม่ได้ขึ้นอยู่กับสภาวะอารมณ์ ผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูงอาจจะมีความรู้สึกซึมเศร้าได้ เพราะมนุษย์ทุกคนต่างมีเหตุผลที่จะรู้สึกเสียใจหรือซึมเศร้าได้ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ถ้าเปรียบเทียบระหว่างคนสองคนที่มีอารมณ์เชิงลบ ผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูงจะมีความรู้สึกดีขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไปและหลุดออกจากสภาวะอารมณ์เชิงลบได้ในที่สุด คนเราทุก ๆ คนต่างมีโอกาสที่จะรู้สึกเสียใจหรือซึมเศร้าได้ ซึ่งนั่นคือเงื่อนไขของมนุษย์ และผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูงก็เป็นเช่นนั้นด้วยเหมือนกัน

ฉัตรฤดี สุกปลั่ง (2543) ได้ทำการวิจัยเรื่องผลของบุคลิกภาพและความฉลาดทางอารมณ์ที่มีต่อคุณภาพของการให้บริการตามการรับรู้ของหัวหน้างานของพนักงานส่วนหน้าของโรงแรมชั้นหนึ่งในกรุงเทพมหานคร พบว่าองค์ประกอบทางบุคลิกภาพที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความฉลาดทางอารมณ์โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเรียงจากค่าสหสัมพันธ์จากมากไปน้อย คือ อัจฉรา (H) มีมโนธรรม (G) วุฒิภาวะทางอารมณ์ (C) และทำตามสบาย (F) องค์ประกอบทางบุคลิกภาพที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับความฉลาดทางอารมณ์โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยเรียงจากค่า สหสัมพันธ์จากมากไปน้อย คือ มักรู้สึกผิด (o) เครียด (Q4) และพึ่งตนเอง (Q2) และพบว่ามิติของความฉลาดทางอารมณ์ทุกมิติมีความสัมพันธ์ทางลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับบุคลิกภาพแบบเครียด (Q4) โดยเรียงลำดับจากค่าสหสัมพันธ์จากมากไปน้อย ดังนี้ การจัดระเบียบอารมณ์ (-.36) ทักษะทางสังคม (-.24) การจูงใจตนเอง (-.21) การตระหนักรู้ตนเอง (-.20) และการร่วมรู้สึก (-.16)

เมเยอร์ (Mayer, 1999) ได้ให้สัมภาษณ์ว่าความฉลาดทางอารมณ์ไม่ได้ขึ้นอยู่กับสภาวะอารมณ์ ผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูงอาจจะมีความรู้สึกซึมเศร้าได้ เพราะมนุษย์ทุกคนต่างมีเหตุผลที่จะรู้สึกเสียใจหรือซึมเศร้าได้ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ถ้าเปรียบเทียบระหว่างคนสองคนที่มีอารมณ์เชิงลบ ผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูงจะมีความรู้สึกดีขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไปและหลุดออกจากสภาวะอารมณ์เชิงลบได้ในที่สุด คนเราทุก ๆ คนต่างมีโอกาสที่จะรู้สึกเสียใจหรือซึมเศร้าได้ ซึ่งนั่นคือเงื่อนไขของมนุษย์ และผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูงก็เป็นเช่นนั้นด้วยเหมือนกัน

พฤติกรรมกรรมการเผชิญความเครียด

โรเบิร์ตและเรย์ (Robert and Ray ,1990) ได้ศึกษาถึงความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับความเครียดในการทำงาน จากผลงานวิจัยที่ผ่านมาได้แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคล

มีผลต่อการรับรู้หรือการตอบสนองต่อสถานการณ์ที่ก่อให้เกิดความเครียดในการทำงานในการศึกษาของพวกเขาครั้งนี้พบว่าผู้เข้าร่วมการทดลองที่มีความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์ (achievement orientation) สูงจะมีความรู้สึกกดดันและความเครียดในการทำงานต่ำ ความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดในการทำงานกับผลการปฏิบัติงานของผู้ที่มีความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์สูงกับผู้ที่มีความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำมีความ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ หรืออาจกล่าวได้ว่าความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์มีส่วนช่วยในการเผชิญความเครียด

เมเยอร์และจีเฮอร์ (Mayer and Geher, 1996) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความแตกต่างของความสามารถในการเชื่อมโยงความคิดกับอารมณ์ของแต่ละบุคคล โดยตั้งสมมติฐานว่าผู้ที่มีความสามารถในการเชื่อมโยงความคิดกับความรู้สึกของตนได้ดีจะมีความสามารถในการ "การรับรู้" อารมณ์อันเป็นที่มาของความคิดของพวกเขาได้ดีและมีความสามารถในการเข้าใจความรู้สึกของผู้อื่นจากคำพูดของพวกเขาได้ ในการวิจัยครั้งนี้มีผู้เข้าร่วมการทดลอง 321 คน ผู้เข้าร่วมการทดลองทุกคนจะได้อ่านข้อความที่กลุ่มเป้าหมายเขียนไว้ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ให้ผู้เข้าร่วมการทดลองเดาความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายจากข้อความที่กลุ่มเป้าหมายเขียน ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์หลายอย่างในการประเมินความสามารถในการอ่านความรู้สึกของผู้เข้าร่วมการทดลองทั้งความเห็นพ้องกับกลุ่มผู้เข้าร่วมการทดลองเองและกลุ่มเป้าหมาย ผู้เข้าร่วมการทดลองที่มีความเห็นพ้องกับความคิดของกลุ่มและกลุ่มเป้าหมายในระดับสูง จะมีคะแนนของการเอาใจเขามาใส่ใจเรา (การร่วมรู้สึก) สูงกว่าผู้เข้าร่วมการทดลองคนอื่นๆ และมีคะแนนการใช้อารมณ์ในการป้องกันตนเองต่ำ (emotional defensiveness) ซึ่งผลจากการวิจัยครั้งนี้สามารถกล่าวได้ว่าการแก้ปัญหาทางอารมณ์ต้องการความสามารถในการรับรู้ความรู้สึกของตนเองและผู้อื่นพอ ๆ กับความสามารถทางปัญญาด้านอื่น ๆ

อับราฮัม (Abraham ,1999) กล่าวว่า ความฉลาดทางอารมณ์ คือ ความสามารถในการใช้อารมณ์ในการแก้ปัญหา การปรับอารมณ์ช่วยให้สามารถรับรู้หรือมองเห็นทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมายในการแก้ปัญหา อารมณ์เชิงบวกจะช่วยในการจัดระบบความจำและการแก้ปัญหาโดย อ้างถึงงานวิจัย ของ ไอเซน, ดอบแมน และโนวิคกี (Isen, Dabman, and Nowicki , 1987 cited by Abraham, 1999) ที่พบว่าผู้เข้าร่วมการทดลองที่มีความสุขจะมีวิธีการแก้ปัญหาที่สร้างสรรค์มากกว่า อารมณ์เชิงบวกจะช่วยกระตุ้นความรู้สึกให้มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนที่จะผ่านพ้นปัญหาไปได้

สุดาร์ตัน หนูหอม (2544) ได้ทำการศึกษาถึงอิทธิพลของเซาว์อารมณ์ที่มีต่อความเครียดและพฤติกรรมการเผชิญความเครียด กลุ่มตัวอย่างเป็นพยาบาลโรงพยาบาลศิริราช จำนวน 323 คนจากผลการวิจัยพบว่า เซาว์อารมณ์โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางลบกับระดับ

ความเครียด แต่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเผชิญความเครียดแบบมุ่งเน้นการแก้ปัญหา และแบบมุ่งเน้นการแสวงหาสิ่งสนับสนุน และมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการเผชิญความเครียดแบบหลีกเลี่ยงปัญหา

คุณภาพในการให้บริการ

ฉัตรฤดี สุภปลั่ง (2543) ได้ทำการวิจัยเรื่องผลของบุคลิกภาพและความฉลาดทางอารมณ์ที่มีต่อคุณภาพของการให้บริการตามการรับรู้ของหัวหน้างานของพนักงานส่วนหน้าของโรงพยาบาลชั้นหนึ่งในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานส่วนหน้าจากโรงพยาบาลชั้นหนึ่งในกรุงเทพมหานคร จำนวน 18 โรงพยาบาล รวม 252 คน พบว่าองค์ประกอบทางบุคลิกภาพที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความฉลาดทางอารมณ์โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเรียงจากค่าสหสัมพันธ์จากมากไปน้อย คือ อัจฉริยะ (H) มีมโนธรรม (G) วุฒิภาวะทางอารมณ์ (C) และ ทำตามสบาย (F) องค์ประกอบทางบุคลิกภาพที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับความฉลาดทางอารมณ์โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยเรียงจากค่าสหสัมพันธ์จากมากไปน้อย คือ มักู้สึกผิด (o) เครียด (Q4) และพึ่งตนเอง (Q2) และพบว่ามิติของความฉลาดทางอารมณ์ทุกมิติมีความสัมพันธ์ทางลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับบุคลิกภาพแบบเครียด (Q4) โดยเรียงลำดับจากค่าสหสัมพันธ์จากมากไปน้อยดังนี้ การจัดระเบียบอารมณ์ (-.36) ทักษะทางสังคม (-.24) การจูงใจตนเอง (-.21) การตระหนักรู้ตนเอง (-.20) และการร่วมรู้สึก (-.16)

ศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพกับเซวาร์อารมณ์และพยากรณ์คุณภาพของการให้บริการจากองค์ประกอบทางบุคลิกภาพและองค์ประกอบของเซวาร์อารมณ์ โดยใช้แนวคิดด้านเซวาร์อารมณ์ของโกลแมน พบว่า

1. พนักงานส่วนหน้าของโรงพยาบาลชั้นหนึ่งได้คะแนนด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (responsiveness) สูงกว่าด้านอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญ
2. ชายและหญิงมีคุณภาพของการให้บริการใกล้เคียงกัน อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และประสบการณ์ก็ไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของการให้บริการ
3. องค์ประกอบทางบุคลิกภาพมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพของการให้บริการ ได้แก่ องค์ประกอบ ฉลาดมาก (B) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพของการให้บริการโดยรวม ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการตอบสนอง ส่วนองค์ประกอบวุฒิภาวะทางอารมณ์ (C) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพของการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ และ

องค์ประกอบทางบุคลิกภาพ พึ่งตนเอง (Q2) มีความสัมพันธ์ทางลบกับคุณภาพของการให้บริการโดยรวม ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการตอบสนอง

4. องค์ประกอบของเขาวน้อารมณ์ด้านทักษะทางสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพของการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ และคุณภาพของการให้บริการโดยรวม

5. เมื่อวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบโลจิสติก พบว่า พนักงานที่มีลักษณะมีวุฒิภาวะทางอารมณ์สูง มีทักษะทางสังคมสูง ฉลาด และไม่ซื่อเกินไป ไม่หลักแหลมเกินไปจะมีโอกาสเป็นพนักงานให้บริการที่มีคุณภาพสูงกว่าพนักงานโดยทั่วไป

ไมเคิล อาร์ฟิตซ์เจอร์วัลด์ และโรเบิร์ต เอฟ ดูแรนท์ (Michael R. Fitzgerald and Robert F. Durant , อ้างถึงใน ฉัตรชัย คงสุข , 2535) ได้ทำการวิจัยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของประชาชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการให้บริการกับความพึงพอใจที่มีต่อบริการที่ได้รับ มีตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ เชื้อชาติ รายได้ อายุ ขนาดของเมือง ส่วนตัวแปรตามได้แก่ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการที่ได้รับ และความต้องการของประชาชนที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการให้บริการผลการศึกษาพบว่าคนผิวดำ คนยากจน และคนแก่มักมองว่าถูกกีดกันในการได้รับบริการ เมื่อเปรียบเทียบกับคนผิวขาว คนมีเงิน และวัยรุ่น โดยปัจจัยด้านภูมิหลังของประชาชนเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่กำหนดความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการที่ได้รับกับความต้องการของประชาชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการให้บริการ

การศึกษาของ เดวิส และเจมส์ เอช เฮนสลิน ((Fred Davis James H.and Henslin, อ้างถึงใน ทาวร โภธิสมบัติ , 2535) พบว่า การพบปะของประชาชนและแท็กซี่หรือบุรุษไปรษณีย์ ใช้เวลาสั้นมากจนทำให้เกิดความสัมพันธ์ไม่ได้ ในขณะที่การพบปะที่ใช้เวลานาน หรือ พบปะบ่อยครั้งกับ เจ้าหน้าที่คนเดิมอาจก่อให้เกิดความสัมพันธ์ ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า ช่วงเวลานานเท่าใด การให้บริการจะมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ส่วนลักษณะองค์การมีอิทธิพลกำหนดการให้บริการ ลักษณะองค์การเหล่านี้ ได้แก่ ขนาดขององค์การและการจัดสำนักงาน

เฮอริเบิร์ต สเปนเซอร์ และจอร์จ ซิมเมล (Herbert Spencer and George Simmel , อ้างถึงใน ทาวร โภธิสมบัติ , 2535) พบว่า การเพิ่มขนาดองค์การทำให้แผนการสื่อสารซับซ้อน และส่งผลให้การให้บริการเป็นไปตามกฎเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นมา เพื่อแก้ปัญหาความซับซ้อนนั่นเอง ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า ทิศทางของอิทธิพลของขนาดองค์การที่มีต่อการให้บริการเป็นเชิงบวก คือ ยิ่งขนาดองค์การมีความเหมาะสมของสำนักงาน หมายถึง การจัดเฟอร์นิเจอร์ และการจัดเนื้อที่ให้ประชาชนติดต่อผลจากการศึกษาชี้ให้เห็นว่า สภาพของสำนักงานเหล่านี้ส่งผลต่อการให้บริการ

กูดเชลล์ (อ้างถึงใน ถาวร โภธิสมบัติ , 2535) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนในการรับบริการจากเจ้าหน้าที่ของโครงการสวัสดิการของรัฐ 3 โครงการ คือ โครงการรักษาความปลอดภัยโครงการส่งเสริมสวัสดิการและโครงการการจ่ายเงินประกันสังคมสำหรับผู้ว่างงาน ปรากฏว่า โครงการรักษาความปลอดภัย ซึ่งมีการให้บริการแบบไม่คำนึงถึงตัวบุคคล ได้รับความพึงพอใจจากประชาชนมากกว่าอีก 2 โครงการ ซึ่งมีการให้บริการแบบไม่คำนึงถึงตัวบุคคลต่ำกว่า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ แกเบรียล แอลมอน และซิดนีย์ เวอร์บา (Gabriel Almon and Sidney Verba, อ้างถึงใน ถาวร โภธิสมบัติ , 2535) ซึ่งพบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจในการให้บริการของตำรวจที่ปฏิบัติอย่างเสมอภาคเท่าเทียม

ชไนเดอร์, วิลเลอร์ และคอกซ์ (Schneider, Wheeler and Cox, อ้างถึงใน อภิสิทธิ์ ปราสาททรัพย์ , 2545) ศึกษาเรื่องการใส่ใจในการให้บริการ (passion for service) โดยวิธีการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างพนักงานที่ให้บริการด้านการเงินจาก 3 บริษัท จำนวน 350 คน โดยแบ่งสัมภาษณ์เป็นกลุ่มกลุ่มละ 1-8 คน (โดยเฉลี่ยกลุ่มละ 5 คน) โดยกลุ่มตัวอย่างถูกขอให้บรรยายลักษณะขององค์การของตนและบทบาทของการให้บริการในความคิดของตนให้ได้มากที่สุดและในตอนท้ายได้ตอบแบบสอบถามคุณภาพการบริการที่ปรับปรุงมาจากแบบสอบถาม SERVQUAL ของพาราซูรามานและคณะ (เนื่องจาก SERVQUAL ถูกออกแบบให้ลูกค้าเป็นผู้ประเมินบริการที่ควรจะเป็นและบริการที่ได้รับจริง ชไนเดอร์และคณะจึงได้ปรับปรุงแบบสอบถามนี้เพื่อให้พนักงานเองเป็นผู้ประเมินว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อบริการที่ได้รับจริงอย่างไร โดยชไนเดอร์และโบเวนได้นำเฉพาะผลส่วนของ SERVQUAL ที่พนักงานเป็นผู้ประเมินนี้ไปหาความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการที่ได้รับจริงที่ลูกค้าประเมินไว้ในการวิจัยก่อนหน้านี้ เขาพบว่ามีความสัมพันธ์กันสูง โดยมีค่า r มากกว่า .65 จากธนาคาร 20 สาขา ผลที่ได้ คือ การบรรยายถึงองค์การ แบ่งได้เป็น 33 หัวข้อ ซึ่งการใส่ใจในการให้บริการเป็นหนึ่งใน 33 หัวข้อดังกล่าว โดยเมื่อนำหัวข้อการใส่ใจในการให้บริการไปหาความสัมพันธ์กับ 32 หัวข้อที่เหลือ พบว่าพนักงานบรรยายองค์การว่าใส่ใจในการให้บริการเมื่อองค์การทราบความต้องการ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ($r=.72$) เมื่อองค์การเป็นส่วนหนึ่งขององค์การใหญ่ที่เน้นการให้บริการบุคคลภายนอก ($r=.38$) เมื่อองค์การมีการส่งมอบบริการที่เป็นมาตรฐาน ($r=.64$) เมื่อองค์การมีการแจ้งผลการปฏิบัติงานกลับ ($r=.46$) เมื่อองค์การมีค่าตอบแทนที่ดี ($r=.43$) เมื่อองค์การมีอบรมที่ดี ($r=.40$) และเมื่อในองค์การมีการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างกลุ่มดี ($r=.39$) โดยเมื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างหัวข้อกับคะแนนแต่ละด้านของ SERVQUAL พบว่าวิธีการทำงานที่เหมาะสมมีความสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือได้ของบริการ (reliability) ($r=.45$) การทราบความต้องการและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับการตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness) ($r=.54$) สภาพแวดล้อมและอุปกรณ์

มีความสัมพันธ์กับรูปธรรมที่ปรากฏ (tangibility) ($r=.51$) ส่วนคะแนนรวมของ SERVQUAL มีความสัมพันธ์กับการทราบความต้องการและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ($r=.45$) และวิธีการจ้างงานที่เหมาะสม ($r=.42$)

คีฟเวเนย์ (Keaveney, อ้างถึงใน สุประวีณ์ พงษ์ศิริสุนทร, 2548) ได้ศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการเปลี่ยนสถานที่ที่ตนใช้บริการ พบว่า พฤติกรรมการเปลี่ยนสถานที่ให้บริการของลูกค้าสร้างความเสียหายแก่ส่วนแบ่งตลาด และผลกำไรขององค์กรผู้ให้บริการ แต่ยังไม่มีการศึกษาอย่างจริงจังในด้านการตลาด ผู้วิจัยรายงานถึงผลของการศึกษาจากลูกค้าองค์กรบริการ 500 คน พบ พฤติกรรมวิกฤต 800 พฤติกรรมขององค์กรที่ให้บริการเป็นสาเหตุให้ลูกค้าหันไปใช้บริการจากบริษัทอื่น

คีฟเวเนย์ สรุปว่าการเสียลูกค้าเกิดขึ้นเนื่องจากสาเหตุดังต่อไปนี้

1. ราคา ได้แก่ ราคาสูง การขึ้นราคา การตั้งราคาที่ไม่เป็นธรรม และการหลอกลวง
2. ไม่สะดวก เช่น ที่ตั้ง เวลาที่เปิดบริการ การรอรับบริการหรือรอนัดหมาย
3. การบริการที่ผิดพลาด เช่น ความผิดพลาดทางด้านเอกสาร บริการที่ยุ่งเหยิง
4. ปฏิสัมพันธ์ที่บกพร่อง เช่น พนักงานไม่สนใจ ไม่สุภาพ เฉยเมย ไม่มีความรู้
5. การตอบสนองของพนักงานต่อความบกพร่องของการบริการ เช่น ไม่เต็มใจ ไม่ตอบสนอง หรือตอบสนองในทางลบเสมอๆ
6. ข้อเสนอที่ดีกว่าของบริษัทคู่แข่ง เช่น บริการที่ดีกว่า เชื่อถือได้มากกว่า
7. ปัญหาทางจรรยาบรรณ เช่น ความไม่ซื่อสัตย์ พฤติกรรมที่น่าละอาย ความไม่ปลอดภัย ไม่ถูกสุขลักษณะ หรือผลประโยชน์ขัดกัน

คีฟเวเนย์ ได้เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาคุณภาพบริการโดยต้องเริ่มมาจากการพัฒนานโยบายการบริการ เช่น ปรัชญาทำงานแบบซื่อสัตย์เป็นศูนย์กลาง การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า เช่น การปรับเวลาการให้บริการ การพัฒนาและฝึกอบรมให้พนักงานมีทักษะและสามารถให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน การกำหนดราคาจะต้องมีเหตุผลและลูกค้าจะต้องยอมรับราคานั้นได้ การสร้างวัฒนธรรมองค์กรบริการ ซึ่งหมายถึง ค่านิยมและจรรยาบรรณในการให้บริการ

อัลซูลี เหล่าธิพิงส์ (2524) ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการบริการของศูนย์บริการสาธารณสุขในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจในการให้บริการของศูนย์ฯ อีกทั้งเห็นว่าการปฏิบัติงานของแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์อยู่ในเกณฑ์ที่ดี มีการอธิบายข้อสงสัยให้ทราบเสมอ ค่าบริการก็ไม่แพงและประชาชนส่วนใหญ่ก็รู้จักศูนย์บริการสาธารณสุขเป็นอย่างดี

เฉลิมพล พลวัน (2546) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความคิดเห็นของข้าราชการที่มีต่อโครงการจัดหน่วยบริการอำเภอเคลื่อนที่: ศึกษากรณีข้าราชการจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่ายังคงมีปัญหาในการปฏิบัติงานอันได้แก่ การมีจำนวนเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ ขาดวัสดุอุปกรณ์ และประชาชนยังไม่เข้าใจถึงความสำคัญของโครงการ

สมชาย ไขว้พันธุ์ (2529) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการสนองความต้องการของชุมชนโดยรัฐ: ศึกษาเฉพาะกรณีการจัดหน่วยบริการอำเภอเคลื่อนที่อำเภอวานรนิวาส พบว่า การจัดหน่วยบริการอำเภอเคลื่อนที่ยังคงมีปัญหาในทางปฏิบัติในการให้บริการเกี่ยวกับความไม่เพียงพอของวัสดุอุปกรณ์ ยานพาหนะ และเจ้าหน้าที่ อีกทั้งพบว่าความสำเร็จในการให้บริการขึ้นอยู่กับนายอำเภอเป็นสำคัญว่าให้ความสนใจเพียงใด

ภัทรดา ลิ้มพะสุต (อ้างถึงใน ฉัตรชัย คงสุข,2535) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลจากความพึงพอใจของข้าราชการสำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรมที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานเลขานุการกรม ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการให้บริการกับปัจจัยที่สำคัญ 4 ประการ คือ เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ ผู้รับบริการ สภาพแวดล้อมในการติดต่อกัน และอัตรากำลังที่ใช้ในการให้บริการ ได้ข้อค้นพบ คือ ปัจจัยทั้ง 4 ปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการให้บริการ

พลอย ปีบัว (อ้างถึงใน ฉัตรชัย คงสุข,2535) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องทัศนคติของผู้โดยสารที่มีต่อการบริการของสิ่งอำนวยความสะดวก ณ ท่าอากาศยานกรุงเทพ โดยศึกษาถึงทัศนคติที่มีต่อการให้บริการใน 5 ด้าน คือ การให้บริการผู้โดยสารขาเข้า การให้บริการผู้โดยสารขาออก การให้บริการรถรับจ้างสาธารณะ การให้บริการด้านภัตตาคาร ร้านอาหารว่างและเครื่องดื่ม และการให้บริการโดยทั่วไป สอบถามจากผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานกรุงเทพ ได้ข้อค้นพบ ดังนี้

1. ด้านการให้บริการผู้โดยสารขาเข้า พบว่า ผู้โดยสารมีทัศนคติต่อการให้บริการอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างดี
2. ด้านการให้บริการผู้โดยสารขาออก ก็พบเช่นกันว่าผู้โดยสารมีทัศนคติต่อการให้บริการอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างดี สูงกว่าเป้าหมายขั้นต่ำที่กำหนด
3. ด้านการให้บริการรถรับจ้างสาธารณะ พบว่าผู้โดยสารยังมีทัศนคติต่อการให้บริการอยู่ในเกณฑ์ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าเป็นเกณฑ์ที่วิกฤติที่ต้องได้รับการแก้ไข

4. การให้บริการด้านภัตตาคาร ร้านอาหารว่างและเครื่องดื่ม ก็พบว่าผู้โดยสารยังมีทัศนคติต่อการให้บริการอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำกว่าระดับวิกฤติซึ่งต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไข และ

5. ด้านการให้บริการโดยทั่วไป พบว่า ผู้โดยสารมีทัศนคติต่อการให้บริการอยู่ในระดับที่ดีโดยสูงกว่าเกณฑ์เฉลี่ยที่กำหนดไว้ โดยเฉพาะในด้านของความสะอาดของท่าอากาศยานกรุงเทพ เป็นประเภทของบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดเพียงประเภทเดียวเท่านั้น

วนิดา สิวานานนท์ชัย (อ้างถึงใน ฉัตรชัย คงสุข,2535) ศึกษาเรื่อง ทัศนคติของผู้ใช้และผู้ให้บริการที่มีต่อการบริหารงานพัสดุ: ศึกษาเฉพาะกรณีมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ได้ขอค้นพบในส่วนของผู้ใช้บริการ คือ ส่วนใหญ่มีความรู้ในระเบียบว่าด้วยการพัสดุในระดับปานกลางในเรื่องของการซื้อ การจ้าง การตรวจรับพัสดุ การควบคุม การเก็บรักษา การเบิกจ่ายพัสดุ การตรวจสอบพัสดุ ประจำปี การแต่งตั้งกรรมการกรณีพัสดุชำรุด สูญหาย วิธีการจำหน่ายพัสดุดมความจำเป็นในราชการ และส่วนใหญ่มีความรู้ในระเบียบว่าด้วยการพัสดุในเรื่องของการแลกเปลี่ยนครุภัณฑ์ การเช่าพัสดุ การยืมครุภัณฑ์ และการจำหน่ายพัสดุนอกจากนี้ผู้ให้บริการยังเห็นว่าการให้บริการที่ยังมีปัญหาได้แก่ในเรื่องของขั้นตอนตามระเบียบ ข้อจำกัดมาตรฐานตามระเบียบ คุณภาพเสื่อมเนื่องจากสำรองไว้นานเกินไป การโยกย้ายพัสดุแล้วไม่แจ้งปรับปรุงทางบัญชี และการไม่ปฏิบัติตามระเบียบของผู้เกี่ยวข้องและเห็นว่าที่ยังมีปัญหในระดับปานกลาง ได้แก่ ความไม่รู้ระเบียบของเจ้าหน้าที่ และความไม่ใส่ใจของเจ้าหน้าที่

ธานินทร์ สุวงศ์วาร(2541)ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพในงานบริการส่วนหน้าของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ตามการรับรู้ของหัวหน้างาน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะส่วนบุคคล เพศ อายุ การทำงาน ระดับการศึกษา รายได้ การกำกับแสดงออกของตนและค่านิยมในการให้บริการกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานส่วนหน้า ศึกษาโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นสมาชิกของสมาคมโรงแรมไทย 106 แห่ง ใช้กลุ่มตัวอย่าง 331 คน โดยดัดแปลงแบบประเมินคุณภาพการบริการมาจาก SERVQUAL ของพาราซูรามานและคณะ เพื่อให้หัวหน้างานเป็นผู้ประเมินผลงานด้านคุณภาพของการให้บริการของพนักงาน ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยส่วนบุคคลซึ่งประกอบด้วยความแตกต่างทางเพศ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน และรายได้ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน

2. การกำกับการแสดงออกของตนเอง 2 องค์ประกอบ คือ การใช้ข้อมูลจากสถานการณ์และการปรับตัวเองในสถานการณ์ต่างๆ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

3. ค่านิยมในงานบริการ ซึ่งประกอบด้วย ความภาคภูมิใจ ความสนใจในงานบริการ ค่านิยมต่อการมุ่งอนาคต ค่านิยมต่ออาชีพและค่านิยมต่อองค์การ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001

4. ค่านิยมในการให้บริการและการกำกับการแสดงออกของตนเองในส่วนของประกอบปรับตัวในสถานการณ์ต่างๆโดยมีค่านิยมในการให้บริการเป็นตัวพยากรณ์ตัวแรก สามารถร่วมกันพยากรณ์คุณภาพในการให้บริการได้ร้อยละ 6.69 และเมื่อใช้ Stepwise technique และการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ เข้าสมการเป็นอันดับสอง สามารถร่วมกันพยากรณ์คุณภาพในการให้บริการได้ร้อยละ 8.96

อภิวิติ ปราสาททรัพย์ (2545) ศึกษาเรื่อง ผลของความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองและความฉลาดทางอารมณ์ที่มีต่อคุณภาพการบริการของข้าราชการตำรวจกองตรวจคนเข้าเมือง 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของความฉลาดทางอารมณ์ ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง และพยากรณ์คุณภาพการบริการจากความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองและองค์ประกอบของความฉลาดทางอารมณ์ กลุ่มตัวอย่างเป็นข้าราชการตำรวจกองตรวจคนเข้าเมือง 2 ระดับปฏิบัติการ จำนวน 222 คน พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างมีคุณภาพการบริการระดับสูงมากที่สุด(ร้อยละ 85.1) โดยมีคุณภาพการบริการด้านรูปธรรมที่ปรากฏสูงที่สุด รองลงมาคือด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการและด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการเท่ากัน และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการตามลำดับ

2. องค์ประกอบของความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับองค์ประกอบของคุณภาพการบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้ ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองด้านการมีความสามารถมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ $r=.151$ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ $r=.156$ ด้านการมีอำนาจกับด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ $r=.138$ ด้านการมีความสำคัญกับด้านความเชื่อถือได้ $r=.168$ ด้านการมีความดีกับด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ $r=.151$

3. องค์ประกอบของความฉลาดทางอารมณ์ด้านแรงจูงใจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการบริการทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และองค์ประกอบของความฉลาดทางอารมณ์ด้านการตระหนักรู้ตนเอง, ด้านการกำกับควบคุมตนเอง, ด้านการสร้างแรงจูงใจ และโดย

รวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. เมื่อทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบมีขั้นตอน พบว่า องค์ประกอบของความฉลาดทางอารมณ์ด้านแรงจูงใจ และประสบการณ์ในการทำงานสามารถพยากรณ์คุณภาพการบริการได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีอำนาจในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 4.7

นฤมล อาชาไกรสร (2545) ศึกษาการรับรู้บรรยายกาขององค์การและคุณภาพในงานบริการของเจ้าหน้าที่รับฝาก-ถอนเงินหน้าเคาน์เตอร์ กรณีศึกษา: ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเจ้าหน้าที่รับฝาก-ถอนเงินหน้าเคาน์เตอร์ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 สาขา รวม 284 คน พบว่า เจ้าหน้าที่รับฝาก-ถอนเงินหน้าเคาน์เตอร์มีการรับรู้บรรยายกาขององค์การอยู่ในระดับปานกลาง มีคุณภาพในงานบริการอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง และการรับรู้บรรยายกาขององค์การมีความสัมพันธ์กับคุณภาพในงานบริการ

อัมพร พิพิชญ์พร (2545) ศึกษาวิจัยเรื่องลักษณะบุคลิกภาพแบบ “The Big Five” พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ และคุณภาพการบริการของพนักงาน ตามการรับรู้ของหัวหน้า: กรณีศึกษาศูนย์บริการรถยนต์แห่งหนึ่ง เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล องค์ประกอบบุคลิกภาพ และองค์ประกอบของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การที่สัมพันธ์กับคุณภาพการบริการของพนักงาน และเพื่อพยากรณ์คุณภาพการบริการจากองค์ประกอบบุคลิกภาพ และองค์ประกอบของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานในศูนย์บริการรถยนต์ข้ามชาติแห่งหนึ่ง จำนวน 190 คน พบว่า

1. องค์ประกอบของคุณภาพการบริการที่เด่นที่สุด คือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือ

2. พนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีระดับคุณภาพการบริการในด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการต่ำกว่าพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอื่นเพราะพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อาจมีความถนัดทางด้านช่างยนต์น้อยกว่าพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอื่นๆ ดังนั้นจึงมีระดับคุณภาพการบริการในด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการต่ำกว่าพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอื่นๆ

3. พนักงานที่จบการศึกษาจากสถาบันเอกชนมีระดับคุณภาพการบริการสูงกว่าพนักงานที่จบการศึกษาจากสถาบันรัฐบาลในด้านรูปธรรมที่ปรากฏของการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และคุณภาพการบริการโดยรวม

4. องค์ประกอบบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการ และ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมากกว่าองค์ประกอบบุคลิกภาพแบบอื่นๆ

5. องค์ประกอบของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรทุกด้าน และโดยรวม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการบริการสูง เรียงตามลำดับดังนี้ คือ ด้านการให้ความช่วยเหลือผู้อื่นในองค์กร ($r=.76$) โดยรวม ($r=.76$) ด้านการทำความดีให้กับสังคมในองค์กร ($r=.63$) และด้านการมีน้ำใจเป็นนักกีฬาในการทำงาน ($r=.53$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

6. พนักงานที่มีระดับพฤติกรรมด้านการให้ความช่วยเหลือผู้อื่นในองค์กรสูง มีระดับ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรสูง และมีบุคลิกภาพแบบหัวน้ใจต่ำ จะมีโอกาสเป็นพนักงานที่ให้บริการที่มีคุณภาพสูง โดยมีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 63.3 โดยเป็นที่น่าสังเกตว่าลักษณะบุคลิกภาพแบบหัวน้ใจต่ำเป็นลักษณะบุคลิกภาพที่เหมาะสมสำหรับงานบริการ

จุฑาทวีณ์ กมลศรีจักร (2546) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เชาวน อารมณ์ กับพฤติกรรมจริยธรรมในการให้บริการพยาบาลของนักศึกษาพยาบาลวิทยาลัยพยาบาล เกื้อการุณย์ พบว่า ระดับเชาวนอารมณ์ และพฤติกรรมจริยธรรมในการให้บริการพยาบาลอยู่ในระดับสูง นักศึกษาที่อยู่ชั้นปีการศึกษาต่างกัน จะมีพฤติกรรมจริยธรรมในการให้บริการพยาบาลต่างกันอายุมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมจริยธรรมในการให้บริการพยาบาล ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมจริยธรรมในการให้บริการพยาบาลแหล่งทุน การศึกษาและภูมิลำเนาที่ต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจริยธรรมในการให้บริการพยาบาล เชาวนอารมณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจริยธรรมในการให้บริการพยาบาล ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและระดับชั้นปีการศึกษาสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมจริยธรรมในการให้บริการพยาบาลได้ร้อยละ 11.9

สุประวีณ์ พงษ์ศิริสุนทร (2548) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของวัฒนธรรมองค์กรและการจัดการองค์การที่มีต่อคุณภาพในการให้บริการของพนักงานบริการส่วนหน้าของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาลักษณะวัฒนธรรมองค์กรและระดับมาตรฐานโรงแรมที่มีต่อคุณภาพในการให้บริการ รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการองค์การด้านรางวัลตอบแทน ด้านการฝึกอบรม และด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานกับคุณภาพในการให้บริการ และพยากรณ์คุณภาพในการให้บริการจากองค์ประกอบของลักษณะวัฒนธรรมองค์กร และการจัดการองค์การ กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานบริการส่วนหน้าของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ได้ระดับมาตรฐาน 3-5 ดาว จากสมาคมโรงแรมไทย จำนวน 319 คน ผลการวิจัยพบว่า

1. พนักงานมีคุณภาพในการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง

2. โรงแรมที่มีลักษณะวัฒนธรรมองค์การต่างกันมีคุณภาพในการให้บริการไม่แตกต่างกัน
3. การจัดการองค์การทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านรางวัลตอบแทน ด้านการฝึกอบรม และด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพในการให้บริการ
4. โรงแรมที่ได้รับมาตรฐานโรงแรมสูงกว่าจะมีคุณภาพในการให้บริการโดยรวมไม่สูงกว่าโรงแรมที่ได้รับมาตรฐานโรงแรมต่ำกว่าแต่เมื่อศึกษาในแต่ละองค์ประกอบ พบว่าโรงแรมที่ได้รับมาตรฐานระดับ 5 ดาวจะมีคุณภาพในการให้บริการด้านทำให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าสูงกว่าโรงแรมที่ได้รับ มาตรฐานระดับ 4 ดาว
5. จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอน พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงในการพยากรณ์คุณภาพในการให้บริการ ได้แก่ ตัวแปรการจัดการองค์การด้านการฝึกอบรม รางวัลตอบแทนภายใน และการประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยมีอำนาจในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 34.5
 พรรณี สีนุประภา (2548)ศึกษาเรื่องการพัฒนาการให้บริการของสำนักงานประกันสังคม กรณีศึกษา สำนักงานประกันสังคมในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของ ผู้ประกันตนที่มีต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของสำนักงานประกันสังคม ศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกันตนเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการของสำนักงานประกันสังคม และศึกษาการพัฒนาการให้บริการของสำนักงานประกันสังคม โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกันตนที่มา รับบริการในสำนักงานประกันสังคม จำนวน 250 คน เมื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อการให้บริการด้านต่างๆ พบว่า ผู้มารับบริการมีความพึงพอใจในระดับมากและเมื่อพิจารณาความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อการให้บริการของสำนักงานประกันสังคมเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ พบว่า ผู้ประกันตนที่มารับบริการมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องความซื่อสัตย์ มีค่าเฉลี่ย 3.89 ด้านขั้นตอนการให้บริการ พบว่า ผู้ประกันตนมีความพึงพอใจมากที่สุดในขั้นตอนการยื่นคำขอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 จากการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปของประชากรที่ศึกษากับระดับความพึงพอใจทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ พบว่า สถานภาพสมรสกับระดับความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านขั้นตอนการให้บริการ พบว่า เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรสกับระดับความพึงพอใจด้านขั้นตอนการให้บริการ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนอายุ รายได้ จำนวนครั้งการใช้บริการ ระยะเวลาการเป็นผู้ประกันตน พบว่า ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ในส่วนของปัญหาที่พบด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้ บริการ คือ เจ้าหน้าที่ไม่ยิ้มแย้ม พูดจาไม่ไพเราะ ด้านขั้นตอนการให้บริการที่พบมาก คือ ควรมีป้ายประชาสัมพันธ์

สัมพันธ์เรื่องขั้นตอนการให้บริการ ด้านอื่นๆ ที่พบมาก คือ ควรเพิ่มสิทธิประโยชน์ กรณีสงเคราะห์ บุตร และค่าทันตกรรม

เหตุผลในการตั้งสมมติฐาน

จากแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความฉลาดทางอารมณ์ และคุณภาพของ การให้บริการตามการรับรู้ของหัวหน้างาน จึงมีเหตุผลในการตั้งสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ความฉลาดทางอารมณ์โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพ ของการให้บริการตามการรับรู้ของหัวหน้างาน

งานของพนักงานแผนกลูกค้าสัมพันธ์เป็นงานที่ต้องเกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้า โดยตรง ลักษณะของงานเช่นนี้ทำให้พนักงานต้องใจเย็น ควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ รู้จักอดทน อดกลั้น มีสติอยู่ตลอดเวลา และทราบว่าควรจะจัดการอย่างไรในสถานการณ์ต่างๆ ดังนั้นการที่ พนักงานมีความฉลาดทางอารมณ์น่าจะมีส่วนช่วยให้การให้บริการของเขามีคุณภาพดี และการที่ พนักงานที่มีความฉลาดทางอารมณ์ต่างกันก็จะส่งผลให้เกิดคุณภาพของการให้บริการต่างกัน ได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของฉัตรฤดี สุภปลั่ง (2543) ที่พบว่า องค์ประกอบของเขาวนอารมณ์ ด้านทักษะทางสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพของการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ และคุณภาพของการให้บริการโดยรวม และพนักงานที่มีลักษณะมีวุฒิภาวะทางอารมณ์สูง มีทักษะทางสังคมสูง ฉลาด และไม่ซื่อเกินไป ไม่หลักแหลมเกินไปจะมีโอกาสเป็นพนักงานให้บริการที่มีคุณภาพสูงมากกว่าพนักงานโดยทั่วไป และสอดคล้องกับการศึกษาของอภิรดี ปราสาททรัพย์ (2545) ที่พบว่าองค์ประกอบของความ ฉลาดทางอารมณ์ด้านแรงจูงใจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการบริการทุกด้านอย่างมีนัย สำคัญทางสถิติ และองค์ประกอบของความฉลาดทางอารมณ์ด้านการตระหนักรู้, ด้านการกำกับ ควบคุมตนเอง และโดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรม ที่ปรากฏอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึง อาจกล่าวได้ว่าองค์ประกอบและภาพรวมของความ ฉลาดทางอารมณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับ องค์ประกอบและภาพรวมของคุณภาพของการให้ บริการตามการรับรู้ของหัวหน้างาน

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเผชิญความเครียดมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของการให้ บริการตามการรับรู้ของหัวหน้างาน

สมมติฐานที่ 2.1 พฤติกรรมการเผชิญความเครียดแบบมุ่งเน้นการแก้ปัญหาที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพของการให้บริการตามการรับรู้ของหัวหน้างาน

พฤติกรรมการเผชิญความเครียดมีหลายรูปแบบ พฤติกรรมการเผชิญความเครียดที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพต้องเป็นพฤติกรรมที่สามารถจัดการกับสาเหตุของความเครียดหรือสิ่งที่มาคุกคามได้สำเร็จ สามารถลดความไม่สบายใจจากปัญหาที่เกิดขึ้นได้ ช่วยให้บุคคลสามารถดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมร่วมกับผู้อื่นได้อย่างปกติและไม่ก่อให้เกิดความเดือนร้อนต่อสังคม (Ignatavicius and Bayne, 1991, อ้างถึงใน สุदारัตน์ หนูหอม, 2544) นำไปสู่การปรับตัวเข้าสู่ภาวะสมดุลได้ พฤติกรรมการเผชิญความเครียดแบบมุ่งเน้นการแก้ปัญหาคจัดเป็นพฤติกรรมการเผชิญความเครียดรูปแบบหนึ่งที่สามารถช่วยจัดสาเหตุของความเครียดให้หมดไปได้ จึงน่าจะมีส่วนช่วยให้คุณภาพของการให้บริการของพนักงานดีขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ก.สินศักดิ์ สุวรรณโชติ (2547) ที่พบว่า “ความเครียด” ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาระบบการจัดการคุณภาพของหน่วยงาน ที่ทำให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติงาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการรับรู้ความเครียดและสามารถจัดการกับสถานการณ์ที่ก่อให้เกิดความเครียดใน การปฏิบัติงานที่เหมาะสมจะส่งผลให้คุณภาพของการให้บริการของพนักงานดีขึ้นตามไปด้วย

สมมติฐานที่ 2.2 พฤติกรรมการเผชิญความเครียดแบบมุ่งเน้นการแสวงหาสิ่งสนับสนุนทางสังคมมีความสัมพันธ์ทางลบกับคุณภาพของการให้บริการตามการรับรู้ของหัวหน้างาน

พฤติกรรมการเผชิญความเครียดแบบแสวงหาสิ่งสนับสนุนทางสังคม คือ การขอคำปรึกษา การขอข้อมูล และแนวทางในการแก้ไขปัญหาจากผู้ที่มีประสบการณ์มาก่อน ผู้วิจัย มีความเห็นว่า รูปแบบดังกล่าวจัดว่าเป็นการแสวงหาสิ่งสนับสนุนทางจิตใจอย่างหนึ่งทำให้มีกำลังใจ และพร้อมที่จะเผชิญปัญหามากยิ่งขึ้น แต่จะไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ใด ๆ ในการเผชิญความเครียดเลยหากเป็นแค่การแสวงหาสิ่งสนับสนุนทางสังคมเพียงเพื่อเป็นการระบายออกทางอารมณ์เท่านั้นแต่ไม่ลงมือกระทำการแก้ไขปัญหา จะทำให้ความเครียดที่บุคคลมีอยู่นั้นไม่ได้ถูกขจัดออกก็จะส่งผลให้คุณภาพของการให้บริการของพนักงานก็จะต่ำไปด้วย

สมมติฐานที่ 2.3 พฤติกรรมการเผชิญความเครียดแบบหลีกเลี่ยงปัญหาที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับคุณภาพของการให้บริการตามการรับรู้ของหัวหน้างาน

Cook and Heppner (1997) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมการเผชิญความเครียดแบบหลีกเลี่ยงปัญหาไว้ดังนี้ พฤติกรรมการเผชิญความเครียดแบบหลีกเลี่ยงปัญหา (avoidance coping) ประกอบด้วย 4 พฤติกรรมย่อย ดังนี้

- การปฏิเสธ (denial) คือ การพยายามที่จะปฏิเสธความเป็นจริงและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น
- การไม่เกี่ยวข้องทางพฤติกรรม (behavioral disengagement) คือ การลดหรือละทิ้งความพยายามในการเผชิญกับสิ่งที่ก่อให้เกิดความเครียด
- การไม่เกี่ยวข้องทางความคิด (mental disengagement) คือ การไม่ลงมือจัดการกับสิ่งที่ก่อให้เกิดความเครียด การหนีจากปัญหาโดยการทำกิจกรรมอื่นเพื่อไม่ให้คิดถึงปัญหาที่เกิดขึ้น
- การใช้สุราและยาเสพติด (alcohol and/or drug use) คือ การเสพสุรา หรือ ยาเสพติด เพื่อให้ลืมจากความเครียดหรือปัญหาที่เผชิญอยู่

จากความหมายดังกล่าวผู้วิจัยเห็นว่าผู้ที่มีพฤติกรรมการเผชิญความเครียดแบบหลีกเลี่ยงปัญหานั้น เป็นบุคคลที่มีคุณลักษณะไม่เหมาะสมกับการให้บริการในหลาย ๆ ด้านตามผลการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพของพาราซูรามาน เช่น ในด้าน 1) ฐปธรรมที่ปรากฏ 2) ความน่าเชื่อถือของบริการ (Reliability) 3) ความมั่นคงปลอดภัย (Security) 4) การติดต่อสื่อสาร (Communication) ฯลฯ ดังนั้นบุคคลที่มีพฤติกรรมการเผชิญความเครียดแบบหลีกเลี่ยงปัญหาสูงน่าจะมีคุณภาพของการให้บริการในทิศทางตรงกันข้ามกัน

สมมติฐานที่ 3 ความฉลาดทางอารมณ์โดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเผชิญความเครียด

สมมติฐานที่ 3.1 ความฉลาดทางอารมณ์โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเผชิญความเครียดแบบมุ่งเน้นการแก้ปัญหา

จากคำกล่าวของเบอร์เน็ต (Bernet, 1996) ว่า ความฉลาดทางอารมณ์เป็นความสามารถในการประมวลการรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงของความรู้สึกอย่างรวดเร็วและถูกต้อง ซึ่งจะช่วยให้ประมวลการรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงของความรู้สึกอย่างรวดเร็วและถูกต้องซึ่งจะช่วยให้เกิดอารมณ์และพฤติกรรมการตอบสนองที่เหมาะสมและรวดเร็ว สอดคล้องกับคำกล่าวของ อับราฮัม (Abraham, 1999) ว่า ผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์จะมีความสามารถในการปรับอารมณ์ช่วยให้สามารถรับรู้หรือมองเห็นทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมายในการแก้ปัญหา ซึ่งอารมณ์เชิงบวกจะ

ช่วยในการจัดระบบความจำและการแก้ปัญหา โดยมีงานวิจัยของ ไอเซน, ดอบแมน, และโนวิสกี (Isen, Dabman, and Nowicki, 1987 cited by Abraham, 1999) สนับสนุน ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูงย่อมเลือกใช้พฤติกรรมการเผชิญความเครียดแบบมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาเพื่อขจัดความเครียดให้หมดไป

สมมติฐานที่ 3.2 ความฉลาดทางอารมณ์โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรม การเผชิญความเครียดแบบมุ่งเน้นการแสวงหาสิ่งสนับสนุนทางสังคม

การแสวงหาการสนับสนุนทางสังคมเพื่อแก้ปัญหา (seeking social support for instrumental reasons) คือ การขอคำปรึกษา การขอข้อมูล และขอแนวทางในการแก้ปัญหาจากผู้ที่เคยประสบปัญหา มักเป็นพฤติกรรมที่เกิดควบคู่ไปกับพฤติกรรมการเผชิญความเครียดแบบมุ่งแก้ปัญหา ช่วยให้คุณมีข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่ก่อให้เกิดความเครียดเพิ่มมากขึ้นซึ่งข้อมูลที่ได้รับมานั้นอาจจะทำให้เกิดความมั่นใจในกรลงมือแก้ปัญหา หรืออาจจะได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการเผชิญความเครียดแบบใหม่ ซึ่งบุคคลนั้นไม่เคยรู้จักมาก่อน ทำให้บุคคลสามารถเผชิญความเครียดได้ดีขึ้น แต่การแสวงหาการสนับสนุนทางสังคมเพื่อแก้ปัญหาก็ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ใด ๆ ในการเผชิญความเครียดเลยหากบุคคลนั้นไม่ลงมือกระทำการแก้ปัญหาในขณะที่การแสวงหาการสนับสนุนทางสังคมเพื่อได้รับกำลังใจ (seeking social support for emotional reasons) เปรียบเสมือนดาบสองคม คือ การได้รับการสนับสนุนทางด้านจิตใจมีส่วนช่วยให้คุณมีกำลังใจในการเผชิญกับสิ่งที่ก่อให้เกิดความเครียด กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองมีอารมณ์มั่นคงและมีความมั่นใจในตนเอง ส่งเสริมให้คุณสามารถเผชิญความเครียดได้ดีขึ้นแต่ถ้าบุคคลมุ่งแสวงหาการสนับสนุนทางด้านจิตใจมากเกินไปก็จะกลายเป็นการระบายออกทางอารมณ์ ไม่ได้ช่วยในการจัดการกับสิ่งที่ก่อให้เกิดความเครียด ซึ่งเป็นการปรับตัวที่ไม่เหมาะสม (Carve, Scheier, and Weintraub, 1989)

สมมติฐานที่ 3.3 ความฉลาดทางอารมณ์โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรม การเผชิญความเครียดแบบหลีกเลี่ยงปัญหา

สตีฟ ฮีน (Steve Hein, 1999 อ้างถึงใน วีระวัฒน์ ปันนิตมัย, 2542) ได้กล่าวถึงลักษณะของผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์ต่ำไว้ดังนี้

1. ไม่รับผิดชอบต่อความรู้สึกของตน แต่วิพากษ์ตำหนิผู้อื่น
2. บอกไม่ได้ว่าทำไมตนจึงคิดรู้สึกเช่นนั้น
3. กล่าวหาโจมตี ตำหนิ ตัดสิน ทำลายขวัญกำลังใจผู้อื่น

4. มุ่งวิเคราะห์ผู้อื่นมากกว่าแสดงความเข้าใจ
5. บุ่มบ่ามทึบทัก มักคิดแทนเรา
6. แสดงความไม่เชื่อตรงเกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิดของตน
7. พุดสะท้อนความรู้สึกนึกคิดของตนสูงหรือต่ำกว่าความเป็นจริง
8. ทำเรื่องเล็กให้เป็นเรื่องใหญ่
9. ขาดสติสัมปชัญญะ สิ่งที่อยู่กับสิ่งที่ไม่ตรงกัน
10. ผูกใจเจ็บ อาฆาตแค้น ให้อภัยคนไม่ได้
11. ชอบทำให้ผู้อื่นรู้สึกว่าเขาผิด
12. ยัดเยียดความรู้สึกนึกคิดต่าง ๆ ให้คู่ฟัง/คนอื่น
13. เผยความรู้สึกที่แท้จริงที่เกิดขึ้นกับตัวเองไม่ได้
14. ไม่ใส่ใจในความรู้สึกนึกคิดของผู้อื่น
15. พุดออกมาโดยไม่คิดถึงหัวอกผู้อื่น
16. ยึดมั่นในความคิดความเชื่อของตนเอง ใจไม่เปิดกว้าง
17. เป็นผู้ฟังที่ไม่ดี พุดขัดจังหวะ บั่นทอนขวัญกำลังใจคู่สนทนา เน้นข้อเท็จจริงมากเกินไป โดยไม่คำนึงถึงความรู้สึก
18. ใช้ภูมิปัญญาของตน วิพากษ์ตำหนิผู้อื่น ๆ สร้างภาพว่าตนฉลาดเหนือกว่าผู้อื่น ไม่รู้ไม่สนใจว่าคนอื่นจะมองตนอย่างไร

จากลักษณะของผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์ต่ำ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์ต่ำเป็นผู้ที่ไม่สามารถตระหนักรู้ถึงความรู้สึกของตนเพราะไม่เคยสำรวจความรู้สึกของตน คอยแต่ปกปิดซ่อนเร้นความรู้สึกที่แท้จริง ไม่กล้าที่จะแสดงความรู้สึกของตนออกมา มองหาแต่ข้อผิดพลาดของผู้อื่นโดยไม่สนใจข้อบกพร่องของตน ขาดสติสัมปชัญญะ ไม่สามารถควบคุมอารมณ์ตนเองได้ ดังนั้นเมื่อเผชิญกับความเครียดหรือปัญหาต่างๆ ผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์ต่ำย่อมไม่ยอมรับความจริงว่ากำลังเผชิญกับปัญหาจึงมีพฤติกรรมการเผชิญความเครียดที่ไม่เหมาะสมจึงไม่สามารถที่จะลดหรือขจัดความเครียดออกไปได้

สมมติฐานที่ 4 ความฉลาดทางอารมณ์โดยรวมและพฤติกรรมการเผชิญความเครียดสามารถร่วมกันทำนายคุณภาพของการให้บริการตามการรับรู้ของหัวหน้างาน

จากงานวิจัยของชวณจิตร ฐระทอง (2544) พบว่า องค์ประกอบของเชาวน์อารมณ์ ด้านการตระหนักรู้ตนเอง ด้านการกำกับควบคุมตนเอง ด้านการสร้างแรงจูงใจ ด้านการร่วมรับรู้ความรู้สึก ด้านทักษะทางสังคมและโดยรวม มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบของผลการปฏิบัติ

งานด้านพฤติกรรมการทำงาน ซึ่งผลการวิจัยของ David McClelland นักวิจัยทางด้านพฤติกรรม มนุษย์และองค์กรได้ทำการศึกษาบริษัทอาหารและเครื่องดื่มระดับโลก พบว่า ผู้จัดการระดับสูงที่มี เซวน์อารมณ์ในระดับที่ก่อให้เกิดผลได้นั้น สามารถนำพาหน่วยงานของเขาให้มีผลการปฏิบัติงานประจำปีสูงกว่าที่ตั้งเป้าหมายไว้ถึง 20% ในขณะที่หน่วยงานของผู้บริหารที่ไม่มีเซวน์อารมณ์กลับปฏิบัติ งานต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดถึง 20% ได้ดังนั้นองค์ประกอบของเซวน์อารมณ์ของพนักงานน่าจะมี ความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะตำแหน่งงานที่ต้องติดต่อประสานงานกับคนจำนวนมาก เช่น พนักงานฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

นอกจากนี้จากงานวิจัยของ ก.สินศักดิ์ สุวรรณโชติ (2547) พบว่า “ความเครียด” ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาระบบการจัดการคุณภาพของหน่วยงาน ที่ทำให้ บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติงาน ดังนั้นการ รับรู้ความเครียดและจัดการกับสถานการณ์ที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานที่เหมาะสม จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความร่วมมือในการพัฒนางาน จึงทำให้ผู้วิจัยเชื่อว่าความฉลาดทาง อารมณ์โดยรวมและพฤติกรรมการเผชิญความเครียดสามารถร่วมกันทำนายคุณภาพของการให้ บริการตามการรับรู้ของหัวหน้างานได้