

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่องานของเจ้าหน้าที่โรงพยาบาลนภลัย อำเภอ บางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้า รวบรวมแนวความคิดจากเอกสาร งานวิจัย ตลอดจนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาแสดงไว้ดังต่อไปนี้

#### 2.1 แนวคิด และทฤษฎี

##### 2.1.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่องานของพนักงาน

##### 2.1.1.1 ความหมายของความผูกพันต่องานของพนักงาน

Richard M. Steers and Lyman W. Porter (1991) กล่าวว่า ความผูกพันในงาน คือ การที่บุคคลมีความสนใจ มีความรับผิดชอบในการทำงานและรู้สึกผูกพันกับงานที่ได้รับ มอบหมายไว้พยายามปรับปรุงและทำงานให้สำเร็จ โดยมีมาตรฐานของผลงานว่าต้องประสบความสำเร็จ

John M. Ivancevich and Michael T. Matteson (1990) กล่าวว่า ความผูกพันต่อ งาน หมายถึงรูปแบบพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกเกี่ยวกับงานที่ตนเองรับผิดชอบ โดยลักษณะ ของบุคคลที่แสดงออกจะมีความตั้งใจ หรือใจจดใจจ่ออยู่กับงาน มีชีวิตเพื่องาน พอใจในงานที่ทำ อยู่ และทุ่มเทให้กับงาน

S.D. Saleh and James Hosek (1976) กล่าวว่าความผูกพันในงาน เป็น ความรู้สึกของบุคคลเกี่ยวกับงานว่าเป็นสิ่งที่น่าสนใจในชีวิต งานเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกว่า ตนเองมีคุณค่า และงานที่ทำนั้นเข้ากันได้กับแนวคิดของตนเอง ทำให้เกิดความพร้อม และความ กระตือรือร้นในการทำงาน

Victor H. Vroom (1962) กล่าวว่า ความรู้สึกผูกพันต่องาน ทำให้เกิดความรู้สึก ว่าตนเองมีคุณค่า ซึ่งเป็นผลมาจากการรับรู้ระดับการปฏิบัติงานของตน หรือกล่าวได้ว่า ความรู้สึก ว่าตนเองมีคุณค่าจะเพิ่มขึ้นถ้าปฏิบัติงานดี และจะลดลงถ้าปฏิบัติงานไม่ดี

Lodahl T. M. and Kejner M. (1965) ให้ความหมายว่า เป็นความรู้สึกของ บุคคลที่มีต่องานว่างานเป็นสิ่งสำคัญต่อชีวิตของตน เกิดความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าในการ ปฏิบัติงาน

Wilmar B. Schaufeli (2002) กล่าวว่า ความผูกพันเป็นภาวะของจิตใจที่สัมพันธ์กับงาน โดยมีเป้าหมายที่จะแสดงออกทางทัศนคติและพฤติกรรมในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับความต้องการคงความเป็นสมาชิกขององค์กร ความตั้งใจและความพร้อมที่จะใช้ความรู้ความสามารถ ความพยายามที่มีอยู่เพื่อปฏิบัติงานในองค์กร ความผูกพันไม่ใช่สภาวะเพียงชั่วคราวหรือเฉพาะการณเท่านั้น แต่ยังรวมถึง กระบวนการคิดที่มีประสิทธิภาพ ครอบคลุม และมีความต่อเนื่อง ซึ่งไม่เจาะจงเพียงแค่เป้าหมายใดเป้าหมายหนึ่ง เหตุการณ์ บุคคล หรือพฤติกรรมใดโดยเฉพาะ

ดวงฤทัย อุปมา (2547) กล่าวว่าไว้ว่าความผูกพันในงาน หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่องานว่างานนั้นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญกับตน ทำให้ตนเกิดความยึดมั่น ความเต็มใจ ความพยายามทุ่มเทให้กับงานและมีทัศนคติที่เห็นว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของงาน

วรภา ศรีสันติโรจน์ (2548) ให้ความหมายความผูกพันในงาน ว่าเป็นความรู้สึกที่มีต่องานเป็นสิ่งสำคัญ เป็นเป้าหมายและเป็นศูนย์กลางในการดำรงชีวิต บุคคลที่มีความผูกพันในงานจะทุ่มเทแรงกาย แรงใจ และเวลาส่วนมากในการปฏิบัติงาน จะมีความพึงพอใจในงานและตั้งใจปฏิบัติงานจนกว่าจะสำเร็จ

ในงานวิจัยนี้ ผู้ศึกษาสรุปว่า ความผูกพันต่องาน หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่องานว่างานเป็นสิ่งสำคัญและงานเป็นเป้าหมายในการดำเนินชีวิต และความรู้สึกต้องการให้งานที่รับผิดชอบประสบความสำเร็จ โดยบุคคลที่มีความผูกพันในงานจะมีความตั้งใจและทุ่มเทในการทำงาน

### 2.1.1.2 การวัดระดับความผูกพันต่องาน

Wilmar B. Schaufeli (2002) ได้สร้างตัวชี้วัดความผูกพันในงานของบุคคล โดยประกอบด้วยลักษณะบุคคลที่ผูกพันกับงาน และการปฏิบัติงาน ดังต่อไปนี้

1. ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) หมายถึง บุคลิกลักษณะของผู้ที่มีความมุ่งมั่น มีความพยายาม ทุ่มเทในการทำงาน มีสภาพจิตใจที่ยืดหยุ่นเหมาะสมและพร้อมต่อการปฏิบัติงาน

2. ด้านการอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) หมายถึง การอุทิศตนและทุ่มเทในการทำงาน โดยคิดว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของงาน โดยรับรู้ถึงการทำงานในลักษณะ การทำงานอย่างหนัก (Work Hard) การทำงานอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน (Work long) และการค้นหาความรู้ใหม่ๆ (Work Smart) เพื่อนำมาพัฒนาตนเองและหน่วยงาน

3. ด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) บุคลิกลักษณะของผู้ให้เวลากับงาน มีใจจดจ่อและคิดว่าการทำงานคือความสุข

## 2.1.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่องาน

### 2.1.2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่องาน

Steven P. Brown (1996) ได้สรุปรวบรวมปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในงาน ดังนี้

1. ตัวแปรทางบุคลิกภาพ ได้แก่ ความยึดมั่นในจริยธรรมในการทำงาน ความเชื่อในอำนาจการควบคุมตนเอง ความยอมรับนับถือตนเอง ความต้องการเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงาน
2. คุณลักษณะของงาน ได้แก่ ความมีอิสระในการควบคุมดูแลงานของตนเอง การได้ทักษะที่หลากหลายในการทำงาน ความเป็นเอกลักษณ์ของงาน ข้อมูลย้อนกลับที่ได้จากการทำงาน ระดับชั้นของงาน งานที่มีความสำคัญ ศักยภาพในการจูงใจของงาน ความท้าทายและความสลับซับซ้อนของงาน
3. ตัวแปรในการสนับสนุนการทำงาน ได้แก่ การได้เอาใจใส่จากหัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน มีส่วนร่วมในงาน และการสื่อสารในการทำงาน
4. การรับรู้บทบาทในงาน ได้แก่ ความชัดเจนในหน้าที่การทำงานและการไม่มีความขัดแย้งที่เกิดขึ้นจากบทบาทในการทำงาน

Schultz and Schultz (1998) ได้เสนอว่า ความผูกพันในงานจะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เหล่านี้

1. คุณลักษณะส่วนบุคคล ที่มีความสำคัญต่อความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของงาน ได้แก่ อายุ ความต้องการความก้าวหน้าในงาน และความเชื่อในการทำงานอย่างมีจริยธรรม พนักงานที่มีอายุมาก โดยปกติแล้วจะมีความเป็นส่วนหนึ่งกับงานของเขา มาก ซึ่งอาจเป็นเพราะเขามีความรับผิดชอบมากขึ้น รู้สึกถึงความท้าทาย และความพึงพอใจกับโอกาสที่จะได้รับความเจริญก้าวหน้า และมักมีความเชื่อในค่านิยมของการทำงานหนักมากยิ่งขึ้น แต่สำหรับพนักงานที่มีอายุน้อย ตำแหน่งงานต่างๆ จะไม่สามารถกระตุ้นและสร้างความท้าทายในการทำงานได้
2. คุณลักษณะของงาน ความต้องการความเจริญก้าวหน้าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากต่อความเป็นส่วนหนึ่งของงาน ซึ่งเป็นไปตามคุณลักษณะของงานด้านต่างๆ ได้แก่ การได้รับแรงกระตุ้น ความมีอิสระ ความหลากหลายของงาน ความมีเอกลักษณ์ของงาน การให้ข้อมูลย้อนกลับจากการทำงาน และการมีส่วนร่วมในการทำงาน

3. ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางสังคมในการทำงานสามารถมีอิทธิพลต่อความรู้สึกเกี่ยวข้องกับงาน โดยพนักงานที่ทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มจะมีความเป็นส่วนหนึ่งของงานสูงกว่าพนักงานที่ทำงานคนเดียว การให้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การที่พนักงานสนับสนุนเป้าหมายขององค์กร ความรู้สึกประสบความสำเร็จ สิ่งเหล่านี้สามารถเพิ่มความผูกพันในงาน

Deborah Jean Armstrong (1998) ได้สรุปวิธีการสร้างความผูกพันต่องานไว้ดังนี้

1. การให้ความไว้วางใจในการทำงานกับพนักงาน เช่น การตัดสินใจ หรือการจัดการงานและสร้างความเชื่อมั่นร่วมกันต่อเป้าหมายขององค์กร
2. เอาใจใส่กับพนักงานแต่ละคน และคิดว่าเขามีศักยภาพในการทำงาน
3. สร้างบรรยากาศในการทำงานให้เหมาะสมกับลักษณะงาน เพื่อความพึงพอใจสูงสุดในการทำงานของพนักงาน

#### 2.1.2.2 แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับความมั่นใจในการทำงาน (Self-Efficacy)

##### ความหมายของความมั่นใจในการทำงาน

Albert Bandura (1997) บุคคลมีความเชื่อว่าตนเองมีความสามารถอย่างไร ก็แสดงออกถึงความสามารถนั้นออกมา คนที่มีความเชื่อว่าตนเองมีความสามารถ จะมีความอดทนอดสาหัส ไม่ท้อถอยและจะประสบความสำเร็จ

ทฤษฎีความมั่นใจในการทำงาน มีแนวคิดพื้นฐานมาจากทฤษฎีการเรียนรู้ ปัญหาทางสังคม (Social Cognitive Theory) ของอัลเบิร์ต แบนดูรา ซึ่งมีความเชื่อว่า คนและสิ่งแวดล้อม ต่างมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน โดยแบนดูรากล่าวว่า กระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์เป็นกระบวนการที่สลับซับซ้อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของพฤติกรรมและเชื่อว่าการศึกษากิจกรรมของมนุษย์จะต้องวิเคราะห์เงื่อนไขและสิ่งเร้าของพฤติกรรมซึ่งเป็นการเสริมแรง และเป็นการศึกษาถึงสิ่งเร้าจากภายนอกพร้อมด้วย การมีปฏิสัมพันธ์ของพฤติกรรมอาจจะอธิบายว่าพฤติกรรมของบุคคล ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

แนวคิดของแบนดูรา มองพฤติกรรมและสิ่งแวดล้อมไม่แยกจากกัน เชื่อว่ามนุษย์มักจะใช้เงื่อนไขของสิ่งแวดล้อมซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล และประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมของบุคคลจะมีส่วนช่วยตัดสินใจในการปฏิบัติครั้งต่อไป พฤติกรรมของบุคคลจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรขึ้นอยู่กับการเรียนรู้ทางสังคม สิ่งแวดล้อมจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในบุคคล เช่น ความคิด อารมณ์ ความคาดหวัง การศึกษาพฤติกรรมของบุคคลจะต้องวิเคราะห์เงื่อนไขและสิ่งเร้าที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งสิ่งเร้านี้จะเป็นตัวเสริมแรงให้เกิดการ

เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความสามารถ โดยมีสมมุติฐานของทฤษฎีคือ ถ้าบุคคลมีความเชื่อในความสามารถของตนเอง โดยทราบว่าจะต้องทำอะไรบ้าง และเมื่อทำแล้วจะได้ผลลัพธ์ตามที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นก็จะปฏิบัติพฤติกรรม ซึ่งมีความคาดหวังมี 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ความคาดหวังในความสามารถ (Efficacy Expectation) เป็นความเชื่อเกี่ยวกับความสามารถของตนเอง ว่าตนเองสามารถกระทำพฤติกรรมบางอย่างที่กำหนดไว้ได้เพื่อไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการ

2. ความคาดหวังในผลลัพธ์ (Outcome Expectation) เป็นการคาดคะเนของบุคคล ว่าพฤติกรรมที่จะปฏิบัตินั้นจะนำไปสู่ผลลัพธ์ตามที่คาดหวัง

สิ่งที่ Albert Bandura (1997) ต้องการแสดงให้เห็นว่า ทฤษฎีความมั่นใจในการทำงานจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นมีความเชื่อในตนเอง (Self Belief) เป็นอันดับแรก แต่ส่วนนี้เองก็จะเป็นส่วนที่ทำให้เกิดความล้มเหลวได้เหมือนกัน เพราะว่าหากเราไม่มีความเชื่อมั่นสิ่งที่ตนเองทำ แต่ทำไปทั้งที่คิดว่าเป็นไปไม่ได้ ผลที่เกิดขึ้นนอกจากจะไม่ประสบความสำเร็จแล้ว ยังเกิดผลในด้านลบทางจิตใจอีกด้วย อีกประการหนึ่งคือตัวบุคคลมีความเชื่อมั่นในตนเองมากจนมองข้ามขีดความสามารถของตนเองไปก็จะเป็นผลให้ไม่ประสบความสำเร็จเช่นกัน อีกทั้งยังสร้างความหุดหู่และความไม่มั่นใจให้กับตนเองในการตัดสินใจครั้งต่อ ๆ ไปด้วย อย่างที่กล่าวในข้างต้นว่าการสร้างพฤติกรรมด้วยตนเองต้องอาศัยกระบวนการทางปัญญาวิเคราะห์ สถานการณ์และความเป็นไปได้ด้วย จึงจะให้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด

#### **ทฤษฎีความมั่นใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมนุษย์อย่างไร**

ทฤษฎีนี้จะมีผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ นอกจากความเชื่อมั่นแล้วยังมีเรื่องของความสามารถส่วนบุคคลอีกด้วย คือ การเลือกกิจกรรม การใช้ความพยายาม และความสามารถของการใช้ความพยายามนั้น กล่าวคือบุคคลจะหลีกเลี่ยงพฤติกรรมที่เชื่อว่าเกินความสามารถของตนและจะปฏิบัติพฤติกรรมที่พิจารณาแล้วว่าตนเองมีความสามารถที่จะปฏิบัติได้ การรับรู้ความสามารถของตนเองยังเป็นตัวกำหนดความมากน้อยและความคงทนของการใช้ความพยายามของบุคคล บุคคลที่ไม่ค่อยแน่ใจในความสามารถของตนเองมักไม่ค่อยใช้ความพยายามหรือเลิกปฏิบัติพฤติกรรมได้ง่ายเมื่อเผชิญปัญหาหรืออุปสรรค ในขณะที่บุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูง จะใช้ความพยายามอย่างมากเพื่อเอาชนะอุปสรรคและบุคคลที่มีความพยายามสูงมักจะปฏิบัติพฤติกรรมได้สำเร็จ

#### **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความมั่นใจในการทำงาน**

ตามทฤษฎีความมั่นใจในการทำงาน แบบครุว่าพบว่าการสร้างความมั่นใจของแต่ละบุคคล (How Self-Efficacy Beliefs Are Created) สามารถสร้างและพัฒนาได้ 4 วิธี คือ

1. ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ (Mastery Experience) ขึ้นอยู่กับการเรียนรู้ของบุคคลจากประสบการณ์ของบุคคล การทำงานให้สำเร็จโดยใช้ประสบการณ์ของตนเอง ซึ่งเป็นแหล่งที่สำคัญที่สุด ความสำเร็จจะทำให้บุคคลนั้นรับรู้ความสามารถของตนเองสูง และความล้มเหลวที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ จะทำให้บุคคลรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ

2. ประสบการณ์จากบุคคลอื่น (Vicarious Experience) เป็นการเรียนรู้ที่เกิดจากได้เห็นผู้อื่นปฏิบัติพฤติกรรมนั้นและตนเองก็สามารถปฏิบัติพฤติกรรมอย่างที่ได้เห็นได้เช่นกัน

3. การชักจูงด้วยคำพูด (Persuasion) เป็นวิธีที่ใช้กันมากและใช้ได้ง่าย การชักจูงเพื่อให้เกิดกำลังใจและกระตุ้นให้บุคคลใช้ความสามารถของตนเองเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและจัดพฤติกรรมไม่เหมาะสม

4. การกระตุ้นทางอารมณ์ (Somatic and Emotion State) การให้บุคคลเกิดการรับรู้ความสามารถของตนเองเน้นสิ่งแวดล้อม เพื่อก่อให้เกิดการรุกร้าทางอารมณ์ ภาวะที่อารมณ์ถูกกระตุ้นปลุกเร้าสูง บุคคลอาจจะแปลความหมายว่าเป็นอาการที่บ่งบอกถึงความอ่อนแอจึงรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ ในภาวะที่อารมณ์สงบบุคคลมักรับรู้ความสามารถของตนเองสูง

#### วิธีการวัดระดับการรับรู้ของความมั่นใจในการทำงาน

กวิน อำไพพงษ์ (2543 อ้างจาก Bandura and Walters, 1963: 34) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความมั่นใจในการทำงาน ความผูกพันในอาชีพและองค์กร ของครูในโรงเรียนในมูลนิธิของสภาคริสตจักร ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อหาความสัมพันธ์ โดยแบบสอบถามใช้คำถามดังนี้

- ฉันรู้สึกว่าเป็นคนที่ขาดความมั่นใจในตัวเอง
- ฉันเป็นคนที่ยอมแพ้ง่าย
- ฉันรู้สึกเสมอว่าหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานช่วยผลักดันฉัน
- ฉันรู้สึกว่าองค์กรของฉันเห็นคุณค่าและเชื่อในความสามารถของฉัน

#### 2.1.2.3 แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการบริการที่มุ่งเน้นลูกค้า (Customer Orientation)

##### ความหมายของการบริการที่มุ่งเน้นลูกค้า

Tom J. Brown (1995) การบริการที่มุ่งเน้นลูกค้าคือ การค้นหาและการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า รวมทั้งการให้บริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

Christian Gronroos (2007) กล่าวว่าไว้ว่า การบริการที่มุ่งเน้นลูกค้า คือ การมอบคุณค่าการบริการตามที่ลูกค้าคาดหวัง (expected quality) กลายมาเป็นประสบการณ์ที่ได้รับจากการ

บริการ (experienced quality) เกิดเป็นภาพรวมของงานบริการที่มีคุณภาพ (total perceived service quality)

การสร้างความสัมพันธ์ต่อลูกค้าเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถก่อให้เกิดความผูกพันต่อการบริการและองค์กร เพราะเหตุนี้เองในปัจจุบันจึงให้ความสำคัญในทฤษฎีส่วนนี้เป็นอย่างมาก การสร้างความสัมพันธ์ต่อลูกค้าไม่ใช่เป็นเพียงการแสดงความมีมนุษยสัมพันธ์เท่านั้น หากแต่จำเป็นต้องใส่ใจในความต้องการและปัญหาของลูกค้าเป็นหลัก พนักงานบริการคือ ตัวกลางระหว่างลูกค้าและองค์กรที่ช่วยสร้างความพึงพอใจและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ดังนั้นสิ่งสำคัญในธุรกิจการบริการคือ พนักงาน เป้าหมายแรกของการสร้างความสัมพันธ์ต่อลูกค้าคือ การคัดเลือกบุคลากรที่มีความสามารถในการบริการและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีให้เหมาะสมกับองค์กร เนื่องจากบุคคลแต่ละคนย่อมมีลักษณะนิสัยเฉพาะที่แตกต่างออกไป การจะสร้างความสามารถที่จะเข้าถึงใจของลูกค้าย่อมแตกต่างกัน ดังนั้นการคัดเลือกพนักงานที่เหมาะสมจึงเป็นจุดแรกที่ต้องทำมากที่สุด จากนั้นจึงใส่รายละเอียดพฤติกรรมที่ควรปฏิบัติและการบริการที่ดีเพิ่มเติมเข้าไป

#### ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริการที่มุ่งเน้นลูกค้า

สมิต สัจฉกร (2545) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการบริการที่มุ่งเน้นลูกค้าไว้ดังนี้

1. สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ การให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลัก จะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการมาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ แม้ว่าจะเป็นการให้ความช่วยเหลือที่เราเห็นว่าดีและเหมาะสมแก่ผู้รับบริการเพียงใด แต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจ ไม่ให้ความสำคัญ การบริการนั้นก็อาจจะไร้ค่า
2. ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลักเบื้องต้น เพราะฉะนั้นการบริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ และถือเป็นหลักสำคัญในการประเมินผลการให้บริการ ไม่ว่าเราจะให้การบริการมากมายเพียงใด แต่ก็ยังเป็นเพียงด้านปริมาณ แต่คุณภาพของบริการวัดได้ด้วยความพอใจของลูกค้า
3. ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน การให้บริการซึ่งจะตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับบริการที่เห็นได้ชัดคือ การปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ครบถ้วน เพราะหากมีข้อผิดพลาดขาดตกบกพร่องแล้ว ก็ยากที่จะทำให้ลูกค้าพอใจ แม้จะมีคำขอโทษขอภัย ก็ได้รับเพียงความเมตตา
4. เหมาะสมแก่สถานการณ์ การให้บริการที่รวดเร็ว ส่งสินค้าหรือให้บริการตรงตามกำหนดเวลาเป็นสิ่งสำคัญ ความล่าช้าไม่ทันกำหนด การบริการไม่สอดคล้องกับสถานการณ์

นอกจากการส่งสินค้าทันกำหนดเวลาแล้วยังจะต้องพิจารณาถึงความเร่งรีบของลูกค้าและตอบสนองให้รวดเร็วก่อนกำหนดอีกด้วย

5. ไม่ก่อให้เกิดผลเสียหายแก่บุคคลอื่น การให้บริการในลักษณะใดก็ตาม ต้องพิจารณาโดยรอบคอบรอบด้าน จะมุ่งแต่ประโยชน์ที่จะเกิดแก่ลูกค้าและฝ่ายเราเท่านั้นยังไม่เพียงพอ จะต้องคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่ายรวมทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงควรยึดหลักในการให้บริการว่าต้องระมัดระวัง ไม่ให้เกิดผลกระทบทำความเสียหายให้แก่บุคคลอื่น ๆ ด้วย

Christain Gronroos (2007) กล่าวว่า การบริการที่มุ่งเน้นลูกค้าสามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้โดยอาศัยหลักการ 6 ประการดังนี้

1. ความเป็นมืออาชีพ และการมีทักษะของผู้ให้บริการ (Professionalism and Skill) ลูกค้าสามารถรับรู้จากการที่ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะในงานบริการ สามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างมีแบบแผน

2. ทักษะคติและพฤติกรรมของผู้ให้บริการ (Attitude and Behavior) ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกได้จากการที่ผู้ให้บริการสนใจที่จะแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยท่าทีที่เป็นมิตรและช่วยแก้ปัญหาในทันที

3. การเข้าพบง่ายและมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ (Accessibility and Flexibility) ลูกค้าจะตัดสินใจจากสถานที่ตั้งของสำนักงาน และเวลาที่ให้บริการของพนักงานและระบบการบริการที่จัดเตรียมเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าอย่างเต็มที่

4. ความไว้วางใจและความเชื่อถือได้ (Reliability and Trustworthiness) ลูกค้าสามารถรับรู้ได้จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หลังจากที่คุณให้บริการปฏิบัติได้ตามที่ได้ตกลงกันไว้

5. การแก้ไขสถานการณ์ให้กลับสู่สภาพปกติ (Recover) เมื่อใดก็ตามที่เกิดเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดคิดไว้ล่วงหน้า หรือเหตุการณ์ที่ผิดไปจากปกติ และผู้ให้บริการสามารถแก้ไขสถานการณ์นั้นได้ทันที

6. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ (Reputation and Creditability) ลูกค้าจะเชื่อถือในชื่อเสียงของผู้ให้บริการจากการที่ผู้ให้บริการดำเนินกิจการด้วยดีมาโดยตลอด

#### วิธีการวัดระดับการรับรู้ของการบริการที่มุ่งเน้นลูกค้า

Todd D. Donovan (2001) ได้ทำการศึกษางานวิจัย Customer Evaluation of Service Employee's Customer Orientation: Extension and Application (ความคาดหวังของลูกค้าต่อพนักงานในการบริการที่มุ่งเน้นลูกค้า) โดยใช้แบบสอบถามเป็นตัววัดระดับการบริการที่มุ่งเน้นลูกค้า ดังนี้



- ฉันรู้สึกพึงพอใจที่ทำให้ลูกค้ามีความสุข
- ฉันรู้สึกมีความสุขที่ได้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทันทั่วทั้งที่
- ฉันรู้สึกว่าประสบการณ์มีส่วนช่วยให้ฉันตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ดีขึ้น
- ฉันอยากช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้า

#### 2.1.2.4 แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับบรรยากาศในการให้บริการ (Service Climate)

##### ความหมายของบรรยากาศในการให้บริการ

Benjamin Schneider (1998) ให้ความหมายว่า บรรยากาศในการบริการ หมายถึง การรับรู้และความเข้าใจของพนักงานที่มีต่อวิธีการ ขั้นตอน และพฤติกรรมในการให้บริการ ซึ่งจะทำให้เขาได้รับคำชมเชย รางวัล บนความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการ เป็นการตอบแทนบรรยากาศในการบริการเป็นส่วนหนึ่งของบรรยากาศขององค์กร (Organization Climate) ซึ่งหมายถึง กลุ่มของคุณลักษณะของสภาพแวดล้อมของงาน ที่พนักงานผู้ปฏิบัติงานรับรู้ ทั้งทางตรง และทางอ้อม โดยบรรยากาศดังกล่าวจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการปฏิบัติงานของบุคคลในองค์กร

สิ่งสำคัญในการสร้างบรรยากาศในการบริการที่ประสบความสำเร็จ คือ การสร้างบรรยากาศที่ดีในองค์กรให้กับพนักงาน (Organization Climate) และการสร้างวัฒนธรรมขององค์กรให้รับรู้ถึงคุณค่าของการบริการ การจะส่งมอบการบริการที่ดีให้แก่ลูกค้า นั้น เกิดมาจากการรับรู้ถึงความสำคัญในการให้บริการของพนักงาน เนื่องจากพนักงานเป็นบุคคลที่มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้ามากที่สุด ดังนั้น หากเราต้องการสร้างบรรยากาศที่ดีในการให้บริการ เราจำเป็นต้องสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานเสียก่อน เพื่อให้พนักงานรู้สึกประทับใจและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งส่วนเดียวกับองค์กรพนักงานก็จะถ่ายทอดความรู้สึกเหล่านี้มายังลูกค้าให้เกิดความประทับใจได้เช่นกัน โดยการสร้างบรรยากาศในองค์กรให้เกิดขึ้นนั้น เป็นการสร้างบรรยากาศในองค์กรเพื่อมุ่งความสำเร็จซึ่งมีลักษณะ ดังนี้

- เน้นความรับผิดชอบในงานส่วนบุคคล
- ให้การส่งเสริมและสนับสนุนแก่พนักงานทุกระดับ
- การให้รางวัลและการยอมรับผู้ที่มีผลปฏิบัติงานดี
- สร้างความประทับใจให้แก่พนักงานที่เป็นส่วนหนึ่งของความก้าวหน้าและความ

สำเร็จในองค์กร

ในปัจจุบันการแข่งขันที่สูงขึ้น เนื่องจากคู่แข่งมีมาก ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าและการบริการ จากที่ไหนก็ได้ ดังนั้น เราจึงจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจ

ตั้งแต่เดินเข้ามาใช้บริการ ในส่วนนี้เองบรรยากาศการให้บริการจะช่วยให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลาย อบอุ่นและเป็นกันเองกับพนักงานและกับองค์กร อีกทั้งยังส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรที่เอาใจใส่ ในรายละเอียดของลูกค้าอีกด้วย

### วิธีการวัดระดับการรับรู้ของบรรยากาศในการบริการ

เพ็ญภัทร รุทธนานุรักษ์ (2547 อ้างจาก Joerg Dietz and Douglas Pugh, 2003:92) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศในการให้บริการกับความผูกพันต่อองค์กร ของ พนักงานโรงงานอิเล็กทรอนิกส์ นิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน โดยใช้แบบสอบถาม เป็นตัวชี้วัด โดยคำถามที่ใช้เพื่อวัดระดับบรรยากาศในการบริการมีดังนี้

- บรรยากาศการให้บริการในองค์กรของท่านเป็นกันเองและผ่อนคลาย
- เมื่อท่านทำงานและให้บริการที่ดีแล้ว จะได้รับการยกย่องและได้รับรางวัล
- องค์กรมีการตรวจสอบมาตรฐานในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ
- ท่านมีความเข้าใจในมาตรฐานการบริการเป็นอย่างดี

## 2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

กวิณ อ่ำไพพงษ์ (2543) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความมั่นใจในการทำงานต่อ ความผูกพันในอาชีพและองค์กรของครูในโรงเรียนในมูลนิธิของสภาคริสตจักร ในจังหวัด เชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลจากครูในโรงเรียนเอกชน 3 แห่ง ในมูลนิธิสภาแห่งคริสตจักร เขต อำเภอเมือง ในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย จำนวน 421 คน โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย 5 ชนิดคือ (1) แบบสอบถามลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง (2) แบบวัดความรู้สึกเห็นคุณค่าในตนเอง (3) แบบวัดความผูกพันในอาชีพ (4) แบบวัดความพึงพอใจในงาน (5) แบบวัดความสำเร็จในอาชีพ ผลการศึกษาพบว่า ความมั่นใจในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อในอาชีพและองค์กร ครูอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยมี ผลในเชิงบวกกับความผูกพันในอาชีพและองค์กร ซึ่งความมั่นใจในการทำงานนี้เองสามารถอธิบาย ถึง ลักษณะของบุคคลที่รับรู้ถึงความเชื่อมั่นและคุณค่าในตนเองสูงจะประเมินตัวเองในทางบวก ทำให้ตนเองมีความมั่นใจในความสามารถและปฏิบัติงานด้วยความตั้งใจจึงทำให้ตนเองมีความพึงพอใจในตนเองและพึงพอใจในสภาพความเป็นอยู่ในปัจจุบัน

วิกันยา นนสะคู่ (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ความทุ่มเทต่อองค์กรของพนักงานการรถไฟ แห่งประเทศไทย เก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานการรถไฟแห่งประเทศไทย ตำแหน่งนายสถานี ผู้ช่วยนายสถานี และเสมียนจำหน่ายตั๋ว จำนวน 228 คน ผลการศึกษาพบว่า 1) พนักงานการรถไฟ แห่งประเทศไทยมีความทุ่มเทต่อองค์กร โดยรวมและความทุ่มเทต่อองค์กรด้านการรับรู้อยู่ใน

ระดับค่อนข้างสูง ส่วนความทุ่มเทต่อองค์กรด้านอารมณ์ความรู้สึกและความทุ่มเทต่อองค์กรด้านพฤติกรรมอยู่ในระดับสูง 2) พนักงานการรถไฟแห่งประเทศไทยที่ทำงานอยู่ในเส้นทางเดินรถไฟที่แตกต่างกัน 4 สาย มีความทุ่มเทต่อองค์กร โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) สภาพแวดล้อมในการทำงานเรื่องงานและเรื่องผู้บริหาร สามารถร่วมกันพยากรณ์ความทุ่มเทต่อองค์กร โดยรวมของพนักงานการรถไฟแห่งประเทศไทยได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 45.4

ชัลวานา สะซานี (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร กรณีศึกษา พนักงานโรงแยกก๊าซธรรมชาติ จังหวัดระยอง บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานโรงแยกก๊าซธรรมชาติ จังหวัดระยอง บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จำนวน 250 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับสูง ความผูกพันของพนักงานมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับสูง พนักงานที่มีสถานภาพการทำงานที่แตกต่างกันมีความผูกพันของพนักงานที่แตกต่างกัน มีปัจจัยแรงจูงใจ 6 ด้านที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันของพนักงาน โดยความสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ และปัจจัยส่วนบุคคล 4 ประการ ที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ได้แก่ จำนวนผู้ที่อยู่ในการอุปการะ สถานภาพการทำงาน ระยะเวลาที่ทำงานในบริษัท และระยะเวลาทำงานในตำแหน่งปัจจุบัน ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการทำงานแตกต่างกัน

สันต์ฤทัย ลิ้มวีรันธ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร กรณีศึกษา บริษัท ระยองเพียวริฟายเออร์ จำกัด (มหาชน) เก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานบริษัท ระยองเพียวริฟายเออร์ จำกัด (มหาชน) จำนวน 263 คน ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านปัจจัยแรงจูงใจต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานมีระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูง ได้แก่ ด้านองค์กรเป็นที่พึงได้ 2) ด้านปัจจัยความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานพบว่าระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรในด้านบรรทัดฐานทางสังคม อยู่ในระดับสูงที่สุด

Bagia Basikin (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน การอุทิศตนในการทำงานและการให้เวลาทำงาน: ความผูกพันต่อองค์กรด้านงานของครูสอนภาษาอังกฤษ โรงเรียนมัธยมในประเทศอินโดนีเซีย เก็บรวบรวมข้อมูลจากครู โรงเรียนมัธยมในเมือง Yogyakarta ประเทศอินโดนีเซีย จำนวน 152 คน ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลมีความเชื่อถือได้โดยรวมมีค่า Alpha เท่ากับ 0.91 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อถือได้สูงมาก โดยค่าความเชื่อถือได้ของด้านมุ่งมั่นทุ่มเทในการ

ทำงานมีค่า Alpha เท่ากับ 0.76 ค่าความเชื่อถือได้ของด้านการอุทิศตนในการทำงานมีค่า Alpha เท่ากับ 0.83 และค่าความเชื่อถือได้ของด้านการให้เวลากับงานมีค่า Alpha เท่ากับ 0.79 และผลของระดับความคิดเห็นพบว่าระดับความคิดเห็นทุกค่ามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับค่อนข้างสูง โดยผลการศึกษาพบว่าครูมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 5.04 ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.99 ด้านการอุทิศตนในการทำงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.44 และด้านการให้เวลากับงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71

นฤมล กิมภรณ์ และคณะ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร: กรณีองค์กรสื่อสารโทรคมนาคม เก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) สำนักงานปฏิบัติการภูมิภาคเหนือ และสำนักบริการลูกค้า สาขาเชียงใหม่ จำนวน 149 คน ผลการศึกษาพบว่าโดยเฉลี่ยผู้ตอบแบบสอบถามมีความผูกพันต่อองค์กรในระดับผูกพัน โดยปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อระดับความผูกพัน ได้แก่ ลักษณะงานที่รับผิดชอบ และปัจจัยด้านทัศนคติต่อการดำเนินงานขององค์กรในส่วนต่างๆที่มีผลต่อระดับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ปัจจัยด้านภาวะผู้นำของผู้บังคับบัญชา และปัจจัยด้านระบบการทำงานในองค์กร

กฤษณ์ จิตนุยานนท์ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่องานของพนักงาน ร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ท อำเภอมือง จังหวัดลำปาง เก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงาน ร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ท อำเภอมือง จังหวัดลำปาง จำนวน 189 คน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการบริการที่ก่อให้เกิดความผูกพันต่องานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่องานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้ง 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความมั่นใจในการให้บริการ ปัจจัยด้านการบริการที่มุ่งเน้นลูกค้า และปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการ ในส่วนของความผูกพันต่องาน พบว่าระดับความผูกพันต่องานของพนักงาน ร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ท อำเภอมือง จังหวัดลำปางอยู่ในระดับผูกพัน นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อระดับความผูกพันต่องานในภาพรวม ได้แก่ เพศ ส่วนปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงานและอัตราเงินเดือน ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อระดับความผูกพันต่องาน ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในการบริการ ด้านการบริการที่มุ่งลูกค้าเป็นสำคัญ และด้านบรรยากาศในการบริการ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษาและอัตราเงินเดือน ส่วนปัจจัยด้านเพศและระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อปัจจัยทั้งสามด้าน