

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่องยุทธศาสตร์การพัฒนารให้บริการของแผนกฝึกอากาศยานจำลอง โรงเรียนการบินทหารบก ศูนย์การบินทหารบก จังหวัดลพบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการให้บริการในการฝึกบินกับแผนกฝึกอากาศยานจำลอง โดยนำผลการศึกษาระดับของการให้บริการ นำเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาในด้านการบริการของแผนกฝึกอากาศยานจำลอง โรงเรียนการบินทหารบก ศูนย์การบินทหารบก จังหวัดลพบุรี และได้กำหนดเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
4. แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์
5. บริบทโรงเรียนการบินทหารบก
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

การศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการมีประเด็นที่สำคัญ มีรายละเอียดดังนี้

1.1 ความหมายการให้บริการ

สแตนตัน (Stanton. 1981 : 441) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือผลประโยชน์ใดๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้เกิดความพึงพอใจด้านลักษณะเฉพาะในตัวมันเองที่จับต้องไม่ได้และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการใดๆ การให้บริการอาจจะเกี่ยวกับการใช้หรือไม่ใช้สินค้าที่มีตัวตนแต่ไม่ได้แสดงความเป็นเจ้าของสินค้านั้น

คอตเลอร์ (Kotler. 1991 : 167) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือประโยชน์เชิงนามธรรม ซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอเพื่อขายให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้นๆ อย่างเป็นทางการ กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้ การบริการจึงเปรียบเสมือนผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นนามธรรม ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้เหมือนสินค้าทั่วๆ ไป ดังนั้นการบริการจะเกี่ยวข้องกับการเสนอขายการปฏิบัติงานหรือการกระทำใดๆ ให้กับอีกฝ่ายหนึ่งโดยที่ผู้บริโภคมิได้ครอบครองการบริการนั้นๆ เหมือนการครอบครองสินค้า

กุลธน ธนาพงศธร (2530 : 236) ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมซึ่งส่วนใหญ่เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่สามารถชี้ระบุและสร้างความพอใจให้แก่ผู้รับได้

พิมลจรรยา นามวัฒน์ และกิตติ วัฒนกุล (2532 : 299) ให้ความหมายว่า บริการ หมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำใด ๆ ก็ตามที่องค์กรจัดให้มีขึ้นเพื่อให้บุคลากรขององค์กรได้รับความสะดวกสบายในการปฏิบัติหน้าที่ มีความมั่นคงในอาชีพและมีความพึงพอใจในงานที่ทำ ดังนั้น จะเห็นได้ว่า การบริการหรือการให้บริการจะต้องมี 3 องค์ประกอบ คือ ต้องมีกิจกรรมหรือการกระทำต้องจัดเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ทั้งในและนอกองค์กร และต้องสร้างความพึงพอใจให้แก่มนุษย์ทั้งในและนอกองค์กร เพื่อให้กิจกรรมหรืองานนั้นบรรลุเป้าหมายและมีประสิทธิภาพ

ศุภนิตย์ โชครัตนชัย (2536 : 13) กล่าวว่า การบริการเป็นการกระทำที่เกิดจากจิตใจที่เปี่ยมไปด้วยความปรานี ช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ อาทิกรมีน้ำใจไมตรี ให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค ซึ่งการให้บริการจะมีทั้งผู้ให้และผู้รับ กล่าวคือ ถ้าเป็นการบริการที่ดี เมื่อผู้ให้บริการไปแล้วผู้รับบริการจะเกิดความประทับใจหรือเกิดทัศนคติต่อการบริการได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2537 : 142) กล่าวในความหมายที่คล้ายคลึงกันว่า การบริการเป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการของลูกค้า เช่น โรงเรียน โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล หรือโรงแรม เป็นต้น

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2544 : 7) กล่าวว่า การบริการไม่ใช่สิ่งที่มีตัวตน เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการ (ผู้บริโภค ลูกค้า ผู้รับบริการ) กับผู้ให้บริการ (เจ้าของกิจการ พนักงานบริการในอันที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งให้บรรลุผลสำเร็จ)

จํารอง เงินดี (2544 : 266) กล่าวว่าบริการ หมายถึง กิจกรรมประโยชน์หรือความพึงพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขายหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า การบริการเกิดขึ้นจากการปฏิบัติของผู้ขายบริการ ฉะนั้นคุณภาพของการบริการจะเป็นอย่างไร จึงขึ้นอยู่กับการปฏิบัติของผู้ให้บริการในบางครั้งบริการเป็นเพียงความคิด (Idea) วัตถุประสงค์ของการบริการประเภทนี้ คือ ความคิดดี (Good idea) ความคิดที่ดีหลาย ๆ คนคิดไม่ถึงยังมีอีกมาก เมื่อเกิดความคิดที่ดีขึ้นแล้ว บางครั้งจำเป็นต้องใส่ปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความรู้ ความชำนาญทางเทคนิคเข้าไปเพื่อความคิดนั้นเป็นผลออกมา

ประภาพร สุขุมวิริยกุล (2544 : 9) กล่าวว่า การบริการ คือ การที่ผู้ใช้บริการรับรู้พึงพอใจและเกิดความประทับใจเนื่องจากได้รับบริการเหนือความคาดหมายอย่างต่อเนื่อง

เฉลิม กิจศาสน์ (2549 : 20) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์การเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นและก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลการกระทำนั้น ๆ ซึ่งการบริการที่ดีจะเป็นการกระทำที่สามารถตอบสนองความ

ต้องการของผู้ที่แสดงเจตจำนงให้ได้ตรงกับสิ่งที่บุคคลนั้นคาดหวังไว้ทำให้บุคคลดังกล่าวเกิดความรูสึกที่ดีและประทับใจต่อสิ่งที่ได้รับในเวลาเดียวกัน

วริศรา ปลื้มฤดี (2550 : 13) กล่าวว่า การบริการเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่ผู้ให้บริการปฏิบัติเพื่อให้เกิดความสะดวกสบายแก่ผู้มาใช้บริการ โดยการให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจและมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรที่เป็นผู้ให้บริการวิฑูรย์ สิมะโชคดี (2541:202-203) ได้กล่าวถึงการบริการไว้ว่า

การบริการ เป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ทำให้ผู้บริการส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ โดยที่ผู้ให้บริการมีความตั้งใจที่จะมอบบริการนั้นๆ

“การบริการ” จึงแตกต่างจาก “สินค้า” อย่างมาก โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับการบริโภคหรือการใช้งาน และเวลาของการใช้งาน

สินค้า คือ วัตถุที่สัมผัสจับต้องได้ซึ่งสามารถผลิตขึ้นโดยสามารถจะนำออกจำหน่ายหรือใช้สอยในภายหลังได้

การบริการ หมายถึง สิ่งที่สัมผัสจับต้องได้ยาก และสูญสลายไปได้ง่าย การบริการสามารถสร้างขึ้นโดยผู้ให้บริการเพื่อส่งมอบการบริการหนึ่ง ๆ ให้แก่ผู้รับบริการ (เป็นการส่งมอบการปฏิบัติของผู้ให้บริการ เพื่อประชาชนแก่ผู้บริการ การบริโภคหรือการให้บริการจะเกิดขึ้นในทันทีที่มีการให้บริการนั้น ๆ หรือเกือบจะทันทีทันใดที่มีการให้บริการเกิดขึ้น

การบริการโดยทั่วไป จึงมีคุณลักษณะที่สำคัญอยู่ 4 ประการ ได้แก่

1. การบริการเป็นเรื่องที่สัมผัสจับต้องได้ยาก
2. การบริการเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการต่อเนื่องของกิจกรรมต่าง ๆ ที่ผู้ให้บริการกระทำเพื่อส่งมอบแก่ผู้รับบริการ
3. การบริการเกิดขึ้นและถูกบริโภคในขณะเดียวกันเลยหรือเกือบจะในเวลาเดียวกันเลย (คือ มีการรับบริการทันทีที่มีการให้บริการ)

4. ลูกค้าหรือผู้รับบริการให้ความสำคัญกับ “กิจกรรม” หรือ “กระบวนการบริการ” หรือพฤติกรรมของผู้ให้บริการมากกว่าสิ่งอื่น ๆ และรับรู้ด้วยความรูสึกทางใจมากกว่า

ดังนั้นคำว่า “ความประทับใจ” จึงมีความสำคัญเหนือสิ่งอื่นใดต่อผู้รับบริการความประทับใจจะเกิดขึ้นในขณะที่ผู้รับบริการสัมผัสกับการบริการ (ทั้งจากผู้ให้บริการหรือหน่วยงานที่ให้บริการ) ที่เราเรียกกันว่า “วินาทีแห่งความเป็นจริง” หรือ “ช่วงเวลาขณะที่ลูกค้าได้สัมผัสกับการบริการ”

คุณภาพของการบริการ จึงเกิดขึ้นที่จุดที่ลูกค้าได้สัมผัสหรือได้รับการบริการหนึ่ง ๆ นั้นเอง ผู้ให้บริการมีโอกาสแสดงถึง “คุณภาพของการบริการ” ให้ผู้รับบริการได้สัมผัสหรือรับรู้

วีรพงษ์ เถลิงจิระรัตน์ (2540 : 6-12) ได้ให้ความหมายการบริการ คือ กระบวนการ กระบวนกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ

สรุป การให้บริการหมายถึง การกระทำที่ทำให้ผู้เข้ารับการให้บริการเกี่ยวกับการฝึกของ แผนกฝึกอากาศยานจำลองทั้ง 4 ด้าน คือ เครื่องฝึกบินจำลอง สภาพทั่วไปของแผนก สนับสนุนการ ให้บริการ และบุคลากรในแผนก เกิดความพึงพอใจ และประทับใจต่อการให้บริการ

1.2 หลักการให้บริการ

การบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้มาใช้บริการ จะต้องมียุทธศาสตร์ปฏิบัติ มิใช่ว่า การให้ความช่วยเหลือ หรือการทำประโยชน์ต่อผู้มาใช้บริการ จะเป็นไปตามใจของเราผู้ซึ่งเป็นผู้ให้บริการ โดยทั่วไปหลักการให้บริการมีข้อควรคำนึง ดังนี้

- 1.2.1 สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ
- 1.2.2 ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ
- 1.2.3 ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน
- 1.2.4 เหมาะสมแก่สถานการณ์
- 1.2.5 ไม่ก่อผลเสียหายแก่บุคคลอื่น ๆ

1.3 ลักษณะของการบริการที่ดี

- 1.3.1 ประชาชนต้องมาก่อนเสมอ หมายถึง คำนึงถึงประชาชนก่อนสิ่งอื่นใด
 - 1.3.2 ประชาชนถูกเสมอไม่ว่าประชาชนจะพูดจะอย่างไรต้องไม่โต้แย้งเพื่อยืนยันว่าประชาชนผิด
 - 1.3.3 ให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส เพื่อให้ประชาชนรู้สึกอบอุ่นสบายใจ
- การให้บริการเป็นการกระทำของบุคคลซึ่งมีบุคลิกภาพอุปนิสัยและอารมณ์ ต่างกันไปในแต่ละบุคคลและแต่ละสถานการณ์ จึงมีการประพฤติปฏิบัติที่หลากหลายออกไป การบริการที่ดีอันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป มีดังนี้

1. ทำด้วยความเต็มใจ
2. ทำด้วยความรวดเร็ว
3. ทำถูกต้อง
4. ทำอย่างเท่าเทียมกัน
5. ทำให้เกิดความชื่นใจ

1.4 มาตรฐานการบริการ

- 1.4.1 การให้ความสนใจ คือ การต้อนรับอย่างอบอุ่น การให้เกียรติประชาชน ประชาชนมีความสำคัญ และฟังประชาชนพูดและสนทนัยน์ตาด้วย

1.4.2 การให้ความใส่ใจ คือ การเอาใจใส่ในการให้บริการอย่างเท่าเทียมไม่แสดงออกอย่างเหยียดหยามเยิ่นชา และติดตามเรื่องของประชาชนจนสำเร็จ

1.4.3 การบริการอย่างตั้งใจ คือ การมุ่งมั่นในความถูกต้องสมบูรณ์ การจัดบริการให้ตรงเวลา และบริการให้ประชาชนรู้สึกคุ้มค่า

1.4.4 การบริการอย่างเต็มใจ คือ การสร้างความเชื่อมั่นแก่ประชาชนว่าจะเป็นการที่ได้รับความไว้วางใจสูงสุด และต้องให้ความร่วมมือในการตอบสนองความต้องการ

1.4.5 การบริการอย่างจริงใจ คือ การแสดงออกถึงบริการที่น่าเชื่อถือ เชื่อใจได้ มีความรับผิดชอบในงานบริการ และให้บริการอย่างซื่อตรงและเป็นธรรม

1.4.6 การบริการอย่างเข้าใจ คือ มีความรู้ในการให้บริการอย่างแท้จริง มุ่งถึงบริการที่มีคุณภาพสูง และต้องให้บริการอย่างถูกต้อง

1.4.7 การบริการอย่างรู้ใจคือ ต้องสนองความต้องการของประชาชนได้ถูกต้อง และดำเนินการอย่างรวดเร็ว

1.4.8 การบริการอย่างมีน้ำใจ คือ การให้ความช่วยเหลืออย่างเอื้ออาทรให้ประชาชนได้รับคำแนะนำอย่างถูกต้องเพื่อประกันไม่ให้เกิดความยุ่งยากเสียหายและให้ประชาชนได้รับประโยชน์ทั้งด้านคุณภาพและปริมาณอย่างครบถ้วน

1.5 พื้นฐานสำคัญในการเป็นผู้ให้บริการ

“พื้นฐานสำคัญในการเป็นผู้ให้บริการ จะต้องสุขภาพอ่อนนุ่มถ่อมตน รู้หลักการบริการ และเอาใจใส่ในการบริการ คังนั้นจึงได้จัดอบรมทางวิชาการและสอนงานทางปฏิบัติ มีการจัดขั้นตอนในการทำงาน เพื่อการเรียนรู้ตามขั้นตอนในด้านการอบรมทางจิตใจที่ฝึกอบรมให้กับเจ้าหน้าที่ มีขันติ หมายถึงอดทน อดกลั้น ไม่โกรธ รู้จักข่มใจและคิดเสมอว่าประชาชนคือผู้ให้แก่เรา”

1.6 คุณสมบัติของผู้ให้บริการ

ผู้ให้บริการจะต้องมีคุณสมบัติพื้นฐาน ดังนี้

- 1.6.1 มีความรักในงานบริการ
- 1.6.2 มีความรับผิดชอบในหน้าที่
- 1.6.3 มีความซื่อสัตย์ ซื่อตรงต่องาน
- 1.6.4 มีความสามารถควบคุมตนเองได้
- 1.6.5 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
- 1.6.6 มีความมานะพยายามจะทำแต่สิ่งที่ดีมีคุณประโยชน์
- 1.6.7 มีจิตใจมั่นคงไม่รวนเร
- 1.6.8 มีความมุ่งมั่น เรียนรู้สิ่งใหม่ที่ให้ประโยชน์ต่อผู้อื่น

- 1.6.9 มีความช่างสังเกต
- 1.6.10 มีวิจารณญาณไตร่ตรองรอบคอบ
- 1.6.11 มีความสามารถวิเคราะห์ปัญหา และหาทางแก้ไข
- 1.6.12 มีการพิจารณาใคร่ครวญ

1.7 การเตรียมจิตใจเพื่องานบริการ

ผู้ให้บริการจำนวนไม่น้อยได้รับการปลูกฝังนิสัยในการให้ความช่วยเหลือผู้อื่นมาแต่เด็ก ซึ่งอยู่ในวัยที่ใส่วัยที่สดใสทุกวัย เข้าใจได้ดี ตามที่คนรุ่นเก่าสรุปประสบการณ์เป็นคติเตือนใจว่า “ไม้อ่อนคุดง่าย ไม้อ่อนคุดยาก” ฉะนั้นไม่ว่าจะฝึกนิสัยโดยผู้อื่น หรือโดยตนเองก็ตาม บุคคลเหล่านี้จึงตั้งสมมติฐานในการเป็นผู้ให้บริการได้ดี หมายถึง การมีจิตใจเป็นผู้ให้บริการ (Service Mind)

การให้บริการแก่คนที่ดีมักไม่มีปัญหา เพราะเราย่อมมีความเต็มใจจะให้บริการเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว แต่การให้บริการแก่ผู้ซึ่งไม่ต้องชะตาหรือไม่ถูกโฉลกกันเป็นเรื่องที่ต้องฝืนใจ การบริการประชาชนเราไม่สามารถเลือกปฏิบัติได้ เพราะจะต้องบริการอย่างเท่าเทียมกัน จะเลือกให้เป็นราย ๆ หรือปฏิบัติแตกต่างกันไม่ได้

(พระราชวรมุณี. (2553 : 25) ได้ให้หลักคิดซึ่งสามารถนำมาเป็นคติเตรียมจิตใจเพื่องานบริการไว้ ดังนี้ “เราเป็นข้าราชการที่ให้บริการประชาชนเหมือนคนอื่น แต่คนอื่นได้รางวัลสาขาบริการประชาชนดีเด่น ถามว่าคนที่ได้รางวัลด้านนี้ทำงานหนักกว่าเรากี่เท่า คำตอบคือไม่กี่เท่าหรอก แต่สิ่งที่เขาต่างจากเราตรงที่เขาใส่ใจเข้าไปในการบริการ มนุษย์สัมพันธ์ดี มีน้ำใจ เพราะฉะนั้นคนที่ประทับใจเขามากกว่า ที่ข้าราชการไม่เป็นที่ประทับใจของประชาชนนั้นอาจไม่ใช่ทำงานน้อย แต่อยู่ที่ให้น้ำใจน้อยไปหน่อยและมีจรรยาบรรณน้อยไปหน่อย ความประทับใจจึงน้อยลงไป ถ้าข้าราชการมีน้ำใจในการให้บริการ เขาจะมีความสุขในฐานะผู้ให้ เมื่อเขาเอื้ออาทรประชาชนเขาจะมีจรรยาบรรณ นี่คือจรรยาบรรณนำหน้าเพื่อพัฒนาข้าราชการให้มีความสุขเพราะถือการทำงานเป็นการปฏิบัติธรรมโดยไม่รู้สึกลัวถูกบังคับ ถ้าข้าราชการทำอย่างนี้ได้ทุกคนจะอยู่อย่างมีความสุข”

1.8 การเตรียมตัวเป็นผู้ให้บริการ

ผู้ให้บริการทุกคนจะต้องตระหนักว่า ตนจะต้องทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นความรับผิดชอบสำคัญเป็นงานที่ทำทลายความสามารถทั้งในการวางตน การพัฒนาบุคลิกภาพ การสั่งสมนิสัยที่ดีงาม ให้พร้อมเสมอในการปฏิบัติงาน การฝึกฝนตนเองให้มีความอดทนอดกลั้น และรู้จักข่มใจเป็นสิ่งที่สำคัญมาก

1.9 การพัฒนาบุคลิกภาพของผู้ให้บริการ

ทุกคนต่างมีความปรารถนาที่จะเป็นผู้ที่มีความภาคภูมิใจในบุคลิกภาพของตนเองแต่บางครั้งก็ไม่ได้มีความแน่ใจว่าบุคลิกภาพแบบใดที่น่าพอใจที่สุด และในบางครั้งเราก็แทบจะไม่เข้าใจด้วยซ้ำไปว่าบุคลิกภาพนั้นหมายถึงสิ่งใดกันแน่ บางคนมีความเข้าใจเพียงว่า การแต่งกายดี การมีใบหน้าท่าทางและ รูปร่างที่ดีเป็นเครื่องสื่อแสดงถึงบุคลิกภาพที่น่านิยมเลื่อมใสศรัทธา ความจริงบุคลิกภาพมิได้หมายถึงเพียงรูปร่าง หน้าตา ท่าทางภายนอก แต่รวมไปถึงนิสัยใจคอ ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ปรากฏให้เห็นจากภายนอกในทันทีทันใด

บุคลิกภาพของคนเรานั้นมีความสำคัญมากการที่เราจะประสบความสำเร็จหรือไม่ในงานอาชีพ การพบปะติดต่อกับบุคคลนานาชนิดก็ดีแม้กระทั่งการพบปะกับผู้ใช้บริการ การที่บุคคลต่าง ๆ จะให้ความรู้สึกนิยม ยกย่อง นับถือ ให้ความรัก เอ็นดู เกลียด หรือมีทัศนคติอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของเราเอง ทั้งนี้เพราะบุคลิกภาพมีอิทธิพลต่อความรู้สึกและอารมณ์ของผู้พบเห็น

“บุคลิกภาพ” เป็นการรวมลักษณะต่างๆ ที่มีอยู่ในตัวบุคคลหนึ่งๆ อันประกอบด้วยรูปร่าง ลักษณะ อากัปกริยา คำพูด น้ำเสียง การแสดงท่าทาง รวมทั้งพฤติกรรมที่แสดงออก อุปนิสัยใจคอ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ เราจึงอาจแยกพิจารณาบุคลิกภาพที่ดีได้กว้าง ๆ ดังนี้

1. ส่วนที่เกี่ยวกับกาย ได้แก่ การมีสุขภาพพลานามัยดี แต่งกายสะอาดและเรียบร้อย กิริยาท่าทางสง่าผ่าเผย ท่าทางร่าเริง แจ่มใส ว่องไว แต่ไม่ใช่ลุกี้ลูลกน

2. เสียงและภาษาที่พูด น้ำเสียงแจ่มใส ชัดเจน ไม่เบาและไม่ดังเกินไป พูดจาฉะฉาน ได้เรื่องได้ราว ไม่เพ้อเจ้อ หรือพูดคลุมเครือภาษาที่พูดเป็นภาษาที่คนทั่วไปเข้าใจ ใช้ภาษาเหมาะสมแก่บุคคลและถูกกาลเทศะ

1.10 ผู้ให้บริการควรปรับปรุงบุคลิกภาพอย่างไร

วิธีปรับปรุงแก้ไขให้มีบุคลิกภาพที่ดีขึ้น อาจพิจารณาการปฏิบัติตนเป็นคนใจกว้างขวาง ให้ความร่วมมือกับผู้อื่น เป็นตัวของตัวเอง แสวงหาคำแนะนำ กระทำแต่สิ่งที่ถูกต้องด้วยความตั้งใจและไม่ย่อท้อ ตรวจสอบผลความก้าวหน้าของตนเองอยู่เสมอ

การเสริมสร้างบุคลิกภาพ มี 7 ประการ

1. การมอง
2. การแต่งกาย
3. การพูด
4. การเดิน
5. การแสดงท่าทาง
6. ทักษะในการทำงาน

7. สุขภาพ

1.11 การประเมินผลการให้บริการ

การประเมินผลการให้บริการ เกิดจากการวัดความพึงพอใจของประชาชนโดยตรงกระทำได้ยาก จึงต้องใช้การประเมินผลการให้บริการมาช่วยซึ่งคำตอบที่ได้จะเป็นเครื่องบ่งบอกความพอใจของประชาชนได้ใกล้เคียง การประเมินผลการให้บริการต้องการให้รู้ถึงผลของการปฏิบัติงานในการให้บริการ

การกำหนดแนวทางในการประเมินผลการให้บริการจะเป็นไปในเชิงปริมาณด้วยการเก็บข้อมูลสถิติการให้บริการนำมาวิเคราะห์และเปรียบเทียบกับของคู่แข่งและเมื่อจะประเมินในเชิงคุณภาพก็จะหาข้อมูลด้วยการสอบถามความพอใจของผู้ใช้บริการหรือประชาชนด้วยแบบสอบถามหรือแบบสำรวจความคิดเห็นหลายแห่งใช้กล่อรับความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์

การเก็บข้อมูลเพื่อนำมาใช้ประเมินผลการให้บริการ อาจพิจารณาจากเรื่องต่างๆไปแล้ว จึงนำไปพิจารณาในรายละเอียดเฉพาะอีกชั้นหนึ่ง ดังนี้

1. สิ่งที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชน
2. สิ่งที่ทำให้ประชาชนไม่พอใจ
3. สิ่งที่เป็นบริการของคู่แข่ง
4. สิ่งที่ดีถือว่าเป็นการให้บริการระดับโลก

หัวข้อประเมินผลการให้บริการควรเป็นการนำความต้องการของประชาชนในแต่ละบริการมาพิจารณาร่วมหารือในหมู่ผู้ปฏิบัติงานในการให้บริการ และผู้บริหารงานให้บริการเพื่อกำหนดขึ้นเป็นเกณฑ์พิจารณาประเมินผลการให้บริการ

1.12 การเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ ด้วยหลักการ 10 S

กิจจา ทองน้อม (2553 : ออนไลน์) กล่าวว่า การบริการเมื่อเกิดการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้รับบริการกับผู้ให้บริการ ย่อมเกิดความพึงพอใจและไม่พอใจ ในฐานะที่เป็นเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปต้องปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับการให้บริการต้องให้บริการกับบุคคลต่างๆ ซึ่งพอสรุปการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ โดยใช้หลักการ 10s ดังนี้

1. อารมณ์ของผู้ให้บริการ (S-Smooth) หมายถึง ผู้ให้บริการที่ดีควรมีอารมณ์มั่นคง สม่ำเสมอ แม้ขณะที่ผู้รับบริการจะแสดงอารมณ์เสียใส่ ผู้ให้บริการก็ควรพยายามข่มใจไม่แสดงอารมณ์ที่ไม่ดีตอบโต้กลับไป

2. การบริการด้วยรอยยิ้ม (S-Smile) หมายถึง ผู้บริการที่มีหน้าไปหน้าที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส ไม่นุคบึ้งเมื่อมีผู้มาติดต่อขอรับบริการ จะสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มารับบริการ

3. การพูดจาดี (S-Speak) หมายถึง น้ำเสียงการพูดจาไพเราะ มีสัมมาคารวะ เนื่องจากการบริการจะต้องเจอกับบุคคลที่มีความต้องการที่หลากหลาย บางครั้งผู้รับบริการเป็นบุคคลเจ้าอารมณ์พูดจาไม่สุภาพหรือขาดสัมมาคารวะพูดจาไม่น่าฟัง แต่ผู้ให้บริการจำเป็นจะต้องใจเย็นและพูดจาให้ไพเราะน่าฟัง

4. ความอ่อนน้อมถ่อมตน (S-Small) หมายถึง ผู้บริการต้องปฏิบัติตนด้วยความอ่อนน้อมถ่อมตน ไม่อวดอ้างว่าตัวเองเป็นใหญ่หรือเป็นผู้มียศมีตำแหน่งงานที่ดีกว่า มีความรู้มากกว่าผู้มารับบริการ แต่ควรยินดีและเต็มใจให้บริการ

5. บุคลิกภาพที่สง่างาม (S-Smart) หมายถึง ผู้ให้บริการที่มีบุคลิกภาพที่ดีสง่างามจะสร้างความประทับใจให้กับผู้รับบริการตั้งแต่แรกเห็น

6. การให้ความสำคัญ (S-Special) หมายถึง ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ โดยมองว่าผู้รับบริการเป็นบุคคลพิเศษ จะต้องปฏิบัติให้ผู้รับบริการรู้สึกเสมือนว่าผู้รับบริการเป็นบุคคลพิเศษ

7. การยอมรับฟังความคิดเห็น (S-Spirit) หมายถึง ผู้บริการต้องยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการ ยอมรับเป็นผู้รับฟังที่ดี

8. ความรวดเร็ว (S-Speed) หมายถึง การให้บริการด้วยความรวดเร็ว เนื่องจากการให้บริการที่เป็นไปด้วยความรวดเร็ว สามารถประหยัดเวลาในการให้บริการและผู้ให้บริการสามารถให้บริการแก่บุคคลอื่นได้จำนวนมากขึ้น และที่สำคัญผู้บริการไม่ต้องเสียเวลาในการคอยรับบริการ

9. การให้บริการที่มากกว่า (S-Super) หมายถึง การให้บริการที่มากกว่าสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังหรือคาดคิด

10. การประหยัด (S-Save) หมายถึง การประหยัดเวลาในการดำเนินการให้บริการ และการประหยัดวัสดุของหน่วยงาน เนื่องจากการให้บริการบางครั้งจำเป็นต้องใช้วัสดุภายในหน่วยงาน เช่น ใช้ออกสาร การถ่ายเอกสาร หากผู้ให้บริการให้บริการด้วยความแม่นยำ ถูกต้องตามขั้นตอนในครั้งเดียวจะช่วยประหยัดค่าวัสดุภายในสำนักงานและประหยัดเวลา

1.13 กุญแจสู่ความสำเร็จแห่งการบริการ

กุญแจสู่ความสำเร็จแห่งการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า นั้น เราสามารถเริ่มจาก

กุญแจดอกที่ 1 คือ กุญแจแห่งจิต เราต้องถามว่าเราพร้อมที่จะช่วยเหลือผู้อื่นหรือไม่

กุญแจดอกที่ 2 คือ เรามองโลกในแง่ดีเพียงใด มองเรื่องลบให้เป็นเรื่องสวยงาม

กุญแจดอกที่ 3 คือ ขณะปฏิบัติงาน แม้เหนื่อย เมื่อยล้า เราก็ต้องพร้อมที่จะสร้างรอยยิ้มหรือต้องยึดหลักว่า "ยิ้มไม่ต้องซื้อหาได้มาฟรี"

กุญแจดอกที่ 4 คือ เราต้องรู้จักทำงานให้ว่องไวด้วยวิธีการใดหรือจะทำอะไร เพื่อที่จะทำ
กุญแจดอกที่ 5 ถามตนเองว่าเราฝันที่จะเป็นคนมีเสน่ห์ด้วยการสร้างกาวใจ หรือการสร้าง
มนุษย์สัมพันธ์หรือยัง

กุญแจดอกที่ 6 กุญแจแห่งมนต์ขลัง ที่ว่าด้วยความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า
ว่าวิธีการอะไรที่ง่ายที่สุด ก็เพียงแต่มีสติค้นหาที่มา วิถีแก้ไขดำเนินการและติดตามผล ซึ่งอาจจะเป็น
วิธีการที่จะสร้างความสำเร็จ

กุญแจดอกที่ 7 คุณตัวเองว่าในภาวะที่ต้องมีการตัดสินใจนั้น เมื่อกระทำไปแล้วจะเป็นที่
ยอมรับเพียงใด

กุญแจดอกที่ 8 พิจารณาความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด

กุญแจดอกที่ 9 นำมาใช้และตระหนักให้ดีกว่าตนมีความสุขในอาชีพ ภูมิใจในองค์กรหรือ
สถาบันที่มีค่าเท่ากับบ้านของตนเองหรือไม่

กุญแจดอกที่ 10 ความสุภาพอ่อนโยน อ่อนน้อมถ่อมตนเป็นสิ่งสำคัญให้การปฏิบัติงาน
แบบสุภาพอ่อนโยน ประคองหญิงสาว

กุญแจดอกที่ 11 ให้ถามว่าตัวเองเคยยอมรับนับถือ หรือเคารพความคิดเห็นของผู้อื่น
หรือไม่ เพราะเราสามารถเปรียบเทียบมนุษย์ได้ว่า "คนเราก็เหมือนกระจก..ถ้ายิ้มให้ก็ยิ้มตอบ"

กุญแจดอกที่ 12 เรื่องความเคารพความคิดเห็น เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความคิดริเริ่ม เฟื่องพินิจ
ว่าในขณะที่ปฏิบัติงานอยู่นั้น เราพยายามแสวงหาวิธีการใหม่ๆ มากน้อยเพียงไร หรือมีวิธีแต่ไม่ยอม
ทำตาม

กุญแจดอกที่ 13 ถามตนเองว่ามีความรับผิดชอบหรือมีการตอบสนองต่อภาระหน้าที่และ
มีความพร้อมแห่งศักยภาพเพิ่มทวี

กุญแจดอกที่ 14 คุณคิดว่าเรามีพลังแห่งการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา หรือว่าชอบอยู่กับที่ แต่
อย่าลืมว่านั่นแหละคือสัญญาณแห่งการที่ถอยออกตลอดเวลา

กุญแจดอกที่ 15 ถามตนเองว่าถ้าต้องการทำงานแบบเดิมๆ แบบเก่าๆ ไม่สร้างสรรค์อะไรเลย
เราจะอยู่ได้หรือไม่ "ถ้าอยู่ได้ก็แสดงว่าเราไม่เปิดตัว... มีแนวโน้มมองฝ่อ" แต่ถ้าเรามีพัฒนาการที่ดี
ตลอดเวลา แสดงว่า "สร้างสรรค์" พร้อมบริการตลอดเวลาไม่ว่าจะเกิดเหตุใดๆ ที่ร้ายแรงต่อองค์กรก็
ตามก็พร้อมที่จะให้ข้อมูลฯ ที่ถูกต้องแม่นยำและสร้างความรู้สึที่ดีให้กับองค์กรได้

1.14 วิธีการปฏิบัติงานด้านการบริการให้ประสบความสำเร็จประกอบด้วย

1.14.1 ความพร้อมของสถานที่

1.14.2 ความพร้อมของผู้ให้บริการ

1.14.3 ความตรงต่อเวลา เสร็จงานตามกำหนด

- 1.14.4 แสดงความยินดีเมื่อมีผู้มาติดต่อ
- 1.14.5 พร้อมให้ข้อมูล
- 1.14.6 ให้ความสะดวก
- 1.14.7 ปฏิบัติงานอย่างมีคุณภาพ
- 1.14.8 ตอบสนองความต้องการ
- 1.14.9 มีปฏิภาณในการแก้สถานการณ์
- 1.14.10 บริการอย่างทั่วถึง
- 1.14.11 บริการพร้อมเพรียง
- 1.14.12 มีความสุภาพ อ่อนโยน
- 1.14.13 ลดความขัดแย้ง
- 1.14.14 ระวังอารมณ์
- 1.14.15 ส่งลูกค้าด้วยไมตรีจิต

1.15 เทคนิคในการสร้างความประทับใจ ณ จุดแรกพบ

- 1.15.1 สร้างความรัก ทศนคติที่ดีในงานตนเอง สร้างศรัทธาในงานตนเอง
- 1.15.2 มุ่งหมายปฏิบัติหน้าที่ให้ดีที่สุด
- 1.15.3 ปฏิบัติงานอย่างมีระเบียบ และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าหรือผู้มาติดต่อ

มกร พุทธิโยยิต (2548 : 50-53) ได้สรุปการบริการที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ นั้น มีองค์ประกอบที่สำคัญดังนี้

การบริการ ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญหลายประการคือ

1. การมีจิตใจที่พร้อมจะให้บริการ โดยเริ่มที่ตัวบุคคลไม่ใช่ที่หน่วยงาน ความเป็นเลิศด้านการบริการจึงเริ่มจากฝ่ายการจัดการ ที่แสดงออกถึงการให้ความสำคัญที่พร้อมจะให้บริการ สิ่งที่ต้องทำให้เกิดขึ้นภายในองค์กรหรือหน่วยงานบรรยากาศในการทำงาน
2. ความจำเป็นที่ต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้ดียิ่งกว่าที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับ
3. การสำรวจความคิดเห็นของลูกค้า ข้อเสนอแนะต่าง ๆ จะเป็นสัญญาณเตือนก่อนที่จะเกิดปัญหาร้ายแรง การสำรวจความคิดเห็นของลูกค้า จะช่วยให้แก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ทันท่วงที
4. สิ่งที่จะแสดงให้ลูกค้าเห็นได้ว่าได้ให้ความสำคัญกับลูกค้ามากเพียงใด เป็นขั้นตอนของการวางแผนที่จะทำการรักษาลูกค้า การเตรียมอุปกรณ์ เครื่องมือ เทคโนโลยี ที่จะช่วยสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้า

5. การปรับปรุงพัฒนาองค์กรหรือหน่วยงาน ควบคู่กับการพัฒนาบุคลากร ซึ่งจะช่วยให้ผลักดันให้เกิดความสำเร็จ
6. การทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกว่าองค์กรหรือหน่วยงานใส่ใจต่อความรู้สึกของพวกเขา ไม่ใช่เพียงแค่ต้องการเงินจากลูกค้าเท่านั้น แต่ต้องทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในมาตรฐานการบริการ
7. การรักษาลูกค้าเก่า ให้เกิดความซื่อสัตย์ในผลิตภัณฑ์และบริการ ให้กลับมาใช้บริการอีกครั้ง

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (จิตตินันท์ เตชะคุปต์, 2544 : 19)

กู๊ด (Good, 1973 : 320) กล่าวว่าความหมายของคำว่า ความพึงพอใจไว้ว่า หมายถึง สภาพคุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจซึ่งเป็นผลอันเนื่องมาจากความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้น ๆ

วูม (Vroom, 1964 : 99) กล่าวว่าทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสิ่งใด สามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้ หมายถึงผลจากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นความพอใจในสิ่งนั้น ส่วนด้านลบจะแสดงให้เห็นถึงความไม่พอใจในสิ่งนั้น ๆ

นิรมล คำพริก (2541 : 18-19) เห็นว่าความพึงพอใจเป็นส่วนหนึ่งของเจตคติ ความรู้สึก ส่วนตัวของบุคคลโดยอาจตอบสนองในรูปที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจก็ได้จากการที่บุคคลจะมีความพึงพอใจต่อสิ่งหนึ่ง นอกจากนี้ยังได้ให้ความหมายต่อไปว่าความพึงพอใจหมายถึง หน้าที่ความรู้ ความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งภายหลังจากที่ได้รับประสบการณ์ในสิ่งนั้นมาแล้วในลักษณะบวก คือ ความพอใจ นิยมชมชอบ สนับสนุน หรือเจตคติที่ดีของบุคคลเมื่อเขาได้รับการตอบสนองความต้องการในทางตรงกันข้ามถ้าเขาไม่ได้รับการตอบสนองความต้องการแล้วความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

ดวงพร ลิมพันธ์ (2545 : 6) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการท่าคาดหวังไว้ของบุคคลนั้นได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2543 : 3) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือ

การกระทำของผลิตภัณฑ์ กับการคาดหวังของลูกค้า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดความแตกต่างระหว่างระหว่างผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคาดหวังของบุคคล การคาดหวังของบุคคลเกิดจากประสบการณ์และความรับรู้ในอดีตของผู้ซื้อส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์หรือการกระทำของผลิตภัณฑ์ เกิดจากการที่นักการตลาดและฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม การสร้างคุณค่าเพิ่มจากการผลิต และการตลาดรวมทั้งมีการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่างๆ โดยยึดหลักการสร้างคุณภาพรวม ดังนั้นสิ่งที่สำคัญที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ คือ การเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์สอดคล้องกับการคาดหวังของผู้ซื้อโดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจรวม

วารภรณ์ ช่วยนุกิจ (2544 : 8) ได้สรุปจากการที่ได้ศึกษาแนวคิดเรื่องความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกในด้านบวกอันเนื่องมาจากความสำเร็จ ความประสพความสำเร็จในสิ่งที่ตนคาดหวังไว้ เป็นความรู้สึกที่ปรับเปลี่ยนได้เสมอขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ สภาพแวดล้อมช่วงเวลาในขณะนั้น ๆ ความพึงพอใจเป็นพลังแห่งการสร้างสรรค์สามารถกระตุ้นให้เกิดความภาคภูมิใจ มั่นใจที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้เป็นไปในแนวทางอันพึงประสงค์ปรารถนาได้

วิธรา ปल्लीฤดี (2550 : 11) ได้สรุป ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการณ์แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลอันเป็นผลจากการเปรียบเทียบความรับรู้สิ่งที่ได้รับจากการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการรับบริการหรือการให้บริการในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการให้บริการนั้น ซึ่งจะเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการและความพึงพอใจของผู้ให้บริการ

บุญชู ชาวเชียงขวาง (2541 : 30) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หลาย ๆ ด้านเป็นสภาพภายในที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงานด้านปริมาณและคุณภาพ เกิดจากมนุษย์จะมีแรงผลักดันบางประการในตัวบุคคล ซึ่งเกิดจากการที่ตนเองพยายามที่จะบรรลุถึงเป้าหมายบางอย่าง เพื่อจะตอบสนองต่อความต้องการหรือความคาดหวังที่มีอยู่และเมื่อบรรลุเป้าหมายนั้นแล้วจะเกิดความพึงพอใจ เป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้น เป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีก

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติหรือความรู้สึกในทางบวกหรือการได้รับการบริการตามความคาดหวังที่ได้ตั้งไว้ในระหว่างการเข้ารับบริการ

2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

โดยทั่วไปการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจ มักนิยมศึกษากันสองมิติ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2543 : 15) คือ มิติความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (Job satisfaction) และมิติความพึงพอใจในการรับบริการ (Service satisfaction) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในมิติความพึงพอใจในการรับบริการ ซึ่งมีผู้กล่าวถึงแนวคิดนี้ไว้จำนวนมากในลักษณะใกล้เคียง

ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's need theory)

ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's need theory) (ชิตชงค์ ส. นันทนานนตร. 2549 : 18 - 19) กล่าวว่า การจูงใจ (Motivation) มีลักษณะนามธรรม คือเป็นวิธีที่ชักนำพฤติกรรมผู้อื่นให้ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ ความพยายามที่จะชักจูงใจให้ผู้อื่นแสดงออกหรือปฏิบัติตามสิ่งจูงใจทั้งภายในภายนอกตัวบุคคลนั้น ๆ เอง ต่อมามูลเหตุจูงใจอันสำคัญของบุคคล คือ ความต้องการ (Need) Maslow ได้เสนอทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Needs-hierarchy theory) ซึ่งนับได้ว่าเป็นทฤษฎีหนึ่งที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง

ความพึงพอใจซึ่งเกิดจากการได้รับการตอบสนองทางด้านร่างกายและจิตใจการตอบสนองในความต้องการความรู้สึกที่ปลอดภัย การตอบสนองทางสังคมและการได้รับการยกย่องให้เกียรติ บุคคลที่ได้รับการกระตุ้นจะอยู่ในสภาพแวดล้อมที่พร้อมจะกระทำ การกระทำของบุคคลได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ของบุคคลต่อสถานการณ์นั้นอย่างไร บุคคลเรียนรู้โดยการส่งข้อมูลผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้าอัน ได้แก่ การเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การสัมผัส และการลิ้มรส อย่างไรก็ตามแต่ละคนได้รับการจัดการ และแปลความรู้สึกเหล่านี้ด้วยวิธีของแต่ละคน การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการบุคคลเลือกรับรู้ จัดการ และตีความหมายจากข้อมูลต่างๆ เพื่อให้เกิดเป็นความเข้าใจ

2.3 การวัดความพึงพอใจ

ปราณี กิรติธร (2543 : 28) กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ (Satisfactory service) หรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่โดยวัดจาก

2.3.1 การบริการอย่างเท่าเทียม (Equitable service) คือ การบริการที่มีความยุติธรรม เสมอภาค และเสมอหน้า ไม่ว่าใครเป็นใคร

2.3.2 การบริการรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely service) คือ การให้บริการตามลักษณะความจำเป็นรีบด่วน

2.3.3 การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) คือ ความเพียงพอในด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ

2.3.4 การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) จนกว่าจะบรรลุผลการให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive service) คือ การพัฒนางานบริการทางด้านปริมาณและคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อย

สรุปการวัดความพึงพอใจสามารถวัดได้จากผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการทางด้านการบริการอย่างเท่าเทียม รวดเร็วทันต่อเวลา เพียงพอและต่อเนื่อง

2.4 มิติตามพึงพอใจในการรับบริการ (Service satisfaction)

ในธุรกิจบริการนั้น การให้ความสำคัญต่อลูกค้าหรือผู้ให้บริการ และการค้นหาความต้องการเพื่อสนองการบริการที่ลูกค้าค่านับว่าเป็นหัวใจสำคัญของการบริการ เพราะเป้าหมายสูงสุดของการบริการ คือ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าชอบใจและติดใจกลับมาใช้บริการอีกต่อไป กิจกรรมบริการก็จะประสบความสำเร็จและมีความมั่นคงในการดำเนินงานอย่างราบรื่น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการจะทำให้ตระหนักถึงคุณค่าของการสร้างและรักษาความพึงพอใจของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ทั้งในฐานะของผู้รับบริการและผู้ให้บริการซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในกระบวนการบริการ

ความหมายของคำว่าพึงพอใจ ในการศึกษาโดยทั่วไปนิยมทำการศึกษาใน 2 มิติ คือ มิติความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน และมิติตามพึงพอใจในการรับบริการ ซึ่งนักวิชาการได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายทัศนะ ดังนี้

กาญจนา สุภรพันธ์ (2543 : 34) ได้ให้ความเห็นว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ได้รับจากการตอบสนองกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งซึ่งเป็นไปตามที่คาดหวังไว้หรือมากกว่า และความพึงพอใจในการฝึกอบรม หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดหรือทัศนคติของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่มีต่อการฝึกอบรมซึ่งจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับองค์การหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ฝึกอบรมนั้น ๆ จะตอบสนองความต้องการของผู้เข้ารับการฝึกอบรมทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจได้มากน้อยเพียงใด

เกศินี ศรีคงอยู่ (2543 : 27) ได้ให้ความเห็นว่า ความพึงพอใจคือ ความรู้สึกของบุคคลซึ่งแสดงออกในด้านบวก ที่มีความสัมพันธ์กับการได้รับการตอบสนอง และได้รับความสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย

โกศล น้อย่าง (2543 : 12) ให้ความเห็นว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่เป็นในทางที่ดีและไม่ดี หรือในด้านบวกและด้านลบ หรือไม่มีปฏิกิริยา คือเฉย ๆ ก็ได้ ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้น ถ้าตอบสนองได้ดีก็เป็นในแง่บวก และถ้าตอบสนองไม่ได้ก็เป็นในแง่ลบ ความพึงพอใจอาจเปลี่ยนแปลงได้เมื่อเวลาและ/หรือสถานการณ์แวดล้อมอื่น ๆ เปลี่ยนแปลงไป

เบญจมาภรณ์ สมุดอินแก้ว (2543 : 23) ได้ให้ความเห็นว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนั้นถ้าผู้ใช้บริการได้รับการตอบสนองจากผู้ให้บริการอย่างเสมอภาค รวดเร็ว ทันต่อความต้องการ และให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีวัตถุประสงค์อย่างเพียงพอต่อการใช้งาน ผู้ใช้บริการก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการให้บริการ

สุริยา โอทยากุล (2544 : 11) ได้ให้ความเห็นว่าความพึงพอใจหมายถึง ความสัมพันธ์ของทัศนคติต่อความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ที่เข้ามากระตุ้นในเชิงประมาณค่า โดยจะ

แสดงผลออกมาในรูปของปฏิกิริยาที่มีต่อสิ่งกระตุ้นนั้น ซึ่งสามารถสังเกตได้จากพฤติกรรมที่แสดงออก 3 ลักษณะคือ พอใจ ไม่พอใจ หรือเฉย ๆ ทั้งนี้ความพึงพอใจจะเป็นผลของความรู้สึกในเชิงบวกมากกว่าความรู้สึกในเชิงลบ

พิศศักดิ์ กุสุโมทย์ (2543 :26) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกและเจตคติที่ดีของบุคคลที่มีต่อปัจจัย หรือองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น สภาพแวดล้อม ผลประโยชน์ ฯลฯ ซึ่งถ้าองค์ประกอบเหล่านี้สนองความต้องการของบุคคลได้อย่างเหมาะสมจะมีผลทำให้เกิดความพึงพอใจ

กฤษณ์กมล กมลลาศน์ (2546 : 17) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจคือการที่มีความรู้สึกดี เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล โดยอาจแบ่งตามปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจได้ 2 แบบ คือ ความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยเบื้องต้น ได้แก่ ความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยระดับสูง ได้แก่ ความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองความรู้สึกภายใน เช่น ความรู้สึกรัก ชอบ โกรธเกลียด เป็นต้น

ทัศนีย์ ศิลาวรรณ โฉม (2544 : 9) ได้สรุปความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลนั้นได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่ เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

จากแนวคิดของนักวิชาการตามที่ได้กล่าวมา สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกที่ได้รับการตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นไปในทางที่ดี และไม่ดี หรือในด้านบวกและด้านลบ เพราะแต่ละบุคคลจะมีความพึงพอใจในสิ่งต่าง ๆ ไม่เหมือนกัน ดังนั้นความแตกต่างของแต่ละบุคคลจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้บุคคลมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

3.1 ความหมายของแรงจูงใจ

จากการได้ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยของหลายท่าน มีการให้คำนิยามความหมายของแรงจูงใจไว้อย่างหลากหลาย ดังนี้

พรทิพย์ แจ่มพงษ์ (2546 : 15-16) กล่าวว่า แรงจูงใจหมายถึง กระบวนการทางจิตวิทยาที่ต้องการให้พฤติกรรมออกมาเป็นไปตามวัตถุประสงค์และการสั่งการที่ต้องการ และได้ให้

ความหมายการจูงใจไว้ว่า หมายถึง กระบวนการที่เกิดจากพลังของความต้องการภายในหรือแรงขับช่องทางและการรักษาพฤติกรรม นอกจากนี้ยังอธิบายคำว่า แรงจูงใจ หมายถึง อิทธิพลที่เกิดขึ้นปัจจุบัน ในเรื่องของทิศทาง ความเข้มแข็งและคงทนของการกระทำ

สุชา จันทร์เอม (2539 : 110) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง ความปรารถนาที่จะทำให้ได้มาซึ่งเป้าประสงค์หรือจุดมุ่งหมายซึ่งจะมีมากหรือน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับการเรียนรู้วิธีต่าง ๆ ที่ได้รับการตอบสนอง

พงษ์ หรดาล (2540 : 81) กล่าวว่า แรงจูงใจในการทำงาน หมายถึง การจัดสภาพการณ์ต่าง ๆ ให้มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการนำไปสู่การตัดสินใจในการปฏิบัติงานของบุคคล เพื่อให้การทำงานบรรลุเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์ (2545 : 74) กล่าวว่า การจูงใจ หมายถึง ความพยายามในการทำงานอย่างเต็มใจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

จากความหมายต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยขอสรุปว่า แรงจูงใจ หมายถึง ความต้องการที่บุคคลได้รับการกระตุ้นให้กระทำและต้องการได้รับการตอบสนองอย่างมีเป้าหมาย

สำหรับความหมายของการจูงใจมีผู้ให้ความหมายของการจูงใจไว้หลายประการ ดังนี้ (กัลยา อรรถวิเวก และคณะ. 2544 : 249-250)

การจูงใจ (Motivation) มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า Movere หมายถึง การเคลื่อนไหว ดังนั้น การจูงใจจึงเป็นกระบวนการที่เริ่มต้นจากภาวะที่ร่างกายหรือจิตใจมีความขาดแคลนหรือเกิดความต้องการซึ่งกระตุ้นพฤติกรรมหรือแรงขับที่มุ่งไปสู่เป้าหมายหรือสิ่งล่อใจ

การจูงใจ เป็นกระบวนการทางจิตวิทยาที่กระตุ้นและกำหนดพฤติกรรมเพื่อไปสู่เป้าหมาย การจูงใจ หมายถึง ความโน้มเอียงที่กระทำเพื่อบรรลุเป้าประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง

การจูงใจ คือการใช้ศิลปะทำให้บุคคลหรือกลุ่มชนเป้าหมาย เปลี่ยนทัศนคติและแนวทางการปฏิบัติเพื่อไปสู่เป้าหมายที่ผู้จูงใจต้องการด้วยความสมัครใจ

การจูงใจ เป็นสถานะที่กระตุ้นให้อิทธิพลเพิ่มความสามารถ ความพยายาม หรือพลังที่ซ่อนเร้นอยู่ภายในให้เกิดกระทำที่ทุ่มเทการทำงาน เพื่อบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ อันนำมาซึ่งความพอใจ

จากความหมายดังกล่าวพอสรุปได้ว่า การจูงใจ หมายถึง กระบวนการที่ผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมไปสู่เป้าหมายด้วยความสมัครใจ ดังนั้น การที่จะเข้าใจเรื่องการจูงใจจึงมีพื้นฐานบนความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการ (Needs) แรงขับ (Drive) สิ่งล่อใจ (Incentives) และเป้าหมาย (Goals)

3.2 ทฤษฎีแรงจูงใจ

ทฤษฎีแรงจูงใจมีนักวิชาการกล่าวไว้หลายทฤษฎี ในที่นี้ผู้วิจัยได้รวบรวมทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ ทฤษฎีแรงจูงใจของเฮอรัชเชอเบิร์ก และทฤษฎีแรงจูงใจของแอลเดอร์เฟอร์ หรือ อี.อาร์.จี (เรียม ศรีทอง. 2540 : 141 – 144)

3.2.1 ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Theory) มาสโลว์ได้พัฒนาทฤษฎีการจูงใจโดยใช้ชื่อว่า Hierarchy of Needs แบ่งความต้องการพื้นฐานสำหรับชีวิตมนุษย์ไว้ 5 ระดับ (เรียม ศรีทอง. 2540 : 141) ดังนี้

3.2.1.1 ความต้องการด้านร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการอันดับแรกของชีวิต ได้แก่ น้ำ อาหาร ที่อยู่อาศัย การมีเสื้อผ้าปกปิดกายให้อบอุ่นและสบาย ความปลอดภัยจากโรคภัยไข้เจ็บ ที่รู้จักกันในนามของปัจจัย

3.2.1.2 ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety and security) เป็นความต้องการลำดับต่อมาจากความต้องการสนองตอบด้านร่างกาย มนุษย์โดยทั่วไปต้องการดำรงชีวิตอยู่ในครอบครัวที่มั่นคงเป็นปึกแผ่น และมีความรู้สึกปลอดภัยในใจ ที่ได้รับการเอาใจใส่ดูแลกันแน่นในการประกอบอาชีพ ก็ปรารถนาที่จะเลือกงานองค์กรที่มีความมั่นคง มีนโยบายที่แน่นอนและปฏิบัติงานที่ไม่เสี่ยงต่อภัยอันตราย มีหลักประกันชีวิตที่เชื่อถือได้

3.2.1.3 ความต้องการได้รับความรักและแสดงความเป็นเจ้าของ (Love and belonging needs) ความต้องการระดับนี้ เป็นความต้องการยอมรับในสังคม ได้แก่ ต้องการให้คนอื่นแสดงความรัก ความหวังใยแก่ตน ความต้องการแสดงออกซึ่งการให้ความรัก ความหวังใยคนอื่น ด้วย ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะหรือสังคม

3.2.1.4 ความต้องการได้รับเกียรติและภาคภูมิใจในคุณค่าของตน (Esteem needs) ต้องการให้คนอื่นคิด รู้สึก และปฏิบัติต่อตน ด้วยความเคารพนับถือ ด้วยความชื่นชมยินดี และแสดงออกซึ่งความมั่นใจในตนเองว่ามีคุณค่า

3.2.1.5 ความต้องการบรรลุศักยภาพแห่งตน (Self – actualization) หมายถึง ต้องการค้นพบและยอมรับตนเอง มีอิสระในการพัฒนาศักยภาพของตน ให้ไปสู่ความสำเร็จที่พึงปรารถนาด้วยตนเอง

จากทฤษฎีของ มาสโลว์ จะเห็นได้ว่า มนุษย์ยังมีความต้องการความต้องการอยู่ตลอด และจากทฤษฎีนี้ ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจที่จะเข้ารับการฝึก ทั้งนี้เพื่อต้องการความปลอดภัยในระหว่างที่ปฏิบัติงานในส่วนของการบิน

3.3 ผลของแรงจูงใจ (Motive) เป็นแรงขับภายในที่เกิดขึ้นในตัวบุคคลอันเกิดจากสภาวะในร่างกาย หรือเกิดจากการเรียนรู้ แรงขับนี้ทำให้เกิดพฤติกรรม 3 ประการ คือ

3.3.1 เกิดพลังกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมา เช่น เมื่อบุคคลกระหายน้ำ จะพยายามแสดงพฤติกรรมเพื่อให้ได้น้ำมาดื่มเพื่อบำบัดความกระหายน้ำนั้น

3.3.2 กำหนดทิศทางเพื่อให้เป้าหมายบรรลุเป้าหมายตามความต้องการ เช่น คนที่ขาดอาหารขอมุ่งหาอาหารมาบำบัดความต้องการของตน

3.3.3 กำหนดระดับในการแสดงพฤติกรรมไปสู่เป้าหมาย เช่น ถ้าบุคคลกระหายน้ำมาก ระดับความพยายามเพื่อให้ได้น้ำมาดื่มจะมีมากกว่ากรณีที่ไม่ค่อยกระหายน้ำ

3.4 แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

พรนพ พุกกะพันธุ์ (2542 : 228) กล่าวว่า “ความแตกต่างของบุคคลนั้นอุปมาเสมือนสารเคมีแต่ละอย่าง และนักบริหารเปรียบได้กับนักเคมีที่มีสารนาชนิดอยู่ในห้องทดลอง จะต้องคิดปรุงแต่ให้บังเกิดสารผสมกลมกลืนเข้ากันได้ ทั้งในด้านวัตถุประสงค์ส่วนบุคคลและวัตถุประสงค์ขององค์กร นักบริหารจะต้องซาบซึ้งถึงความรู้ความสามารถตลอดจนนิสัยใจคอของผู้ร่วมงานแต่ละคน เสมือนดั่งนักเคมีที่ต้องรู้จักคุณสมบัติของสารเคมีทุกประเภท ทั้งนี้เพื่อให้การปฏิบัติการกิจบรรลุวัตถุประสงค์ด้วยความราบรื่นและเรียบร้อย” วิธีการที่นักบริหารจะผสมผสานจิตใจของผู้ร่วมงานเพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกัน ปฏิบัติภารกิจขององค์กรให้ลุล่วงไปด้วยนั้น วิธีที่ได้รับความนิยมมากวิธีหนึ่งคือ การจูงใจ

บุคคลในองค์กรจะมีความพึงพอใจที่จะทำงานในองค์กรนั้นหรือทำงานอย่างมีประสิทธิภาพเพียงใดขึ้นอยู่กับแรงจูงใจเป็นส่วนสำคัญ เพราะการจูงใจเป็นสาเหตุของการกระทำหรือพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ ฮาร์โลร์ด เจ ลีฟวิทท์ (Harold j. Leavitt) กล่าวว่าพฤติกรรมของมนุษย์จะเป็นไปโดยข้อสมมุติฐานที่สัมพันธ์กันอยู่ 3 ประการ คือ พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสาเหตุทำให้เกิด พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีแรงกระตุ้นจากสิ่งใดสิ่งหนึ่งมากระตุ้นทำให้เกิด และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจะเป็นไปโดยมีจุดมุ่งหมายเสมอ แรงจูงใจเป็นพลังที่ชี้และนำไปสู่เป้าหมายของการทำงาน รอบบินส์ (Robbins) (พรทิพย์ แจ่มพงษ์. 2546 : 16) อธิบายไว้ว่า กระบวนการจูงใจจะเริ่มต้นจากความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจนทำให้เกิดความตึงเครียดแล้วจะเร้าให้เกิดแรงขับในตัวบุคคล แรงขับเหล่านี้จะแสวงหาพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ และหากความต้องการได้รับการตอบสนองก็จะทำให้สามารถลดความเครียดลงได้

พรทิพย์ แจ่มพงษ์ (ธีระศักดิ์ กำบรรณารักษ์. (2547 : 47); อ้างอิงจาก พรทิพย์ แจ่มพงษ์. 2546. ปัจจัยที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานด้านยาเสพติดที่ผนวกกับงานประจำของข้าราชการส่วนภูมิภาคพื้นที่ภาคกลาง. หน้า 12) ได้แสดงทรรศนะที่สอดคล้องกันว่า แรงจูงใจจะเกิดขึ้นได้ต้องมีความต้องการเกิดขึ้นภายในคนนั้น หรือเกิดความไม่สมดุลภายในจิตใจ ความไม่สมดุลนี้จะทำให้เกิดความเครียด คนจึงพยายามที่จะกระทำบางสิ่งบางอย่างเพื่อที่จะลดความตึงเครียด เมื่อความตึงเครียดคลายลง ความต้องการก็หมดไป และหมดแรงจูงใจ ซึ่งสามารถอธิบายได้ 6 ขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นความต้องการ (Need stage)
2. ขั้นความเครียด (Tension stage)
3. ขั้นแรงขับ (Drive stage)
4. ขั้นพฤติกรรม (Behavior stage)
5. ขั้นความต้องการได้รับการตอบสนอง (Satisfied need)
6. ขั้นความเครียดลดลง (Reduction tension)

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2544 : 111-112) ได้ให้ความเห็นว่า แรงจูงใจจะทำให้แต่ละบุคคลเลือกพฤติกรรมเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เหมาะสมที่สุดในแต่ละสถานการณ์ที่แตกต่างกันออกไปดังนี้

1. ถ้าบุคคลมีความสนใจในสิ่งใดก็จะเลือกพฤติกรรมและมีความพอใจที่จะทำกิจกรรมนั้นรวมทั้งพยายามทำให้เกิดผลดีที่สุด
 2. ความต้องการจะเป็นแรงกระตุ้นให้ทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการนั้น
 3. ค่านิยมที่เป็นคุณค่าของสิ่งต่าง ๆ เช่น ค่านิยมทางเศรษฐกิจสังคม ความงาม จริยธรรมวิชาการ เหล่านี้จะเป็นแรงกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมตามค่านิยมนั้น
 4. ทักษะที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งก็มีผลต่อพฤติกรรมนั้น เช่น ถ้ามีทักษะที่ดีต่อการทำงาน ก็จะทำางานด้วยความทุ่มเท
 5. ความมุ่งหวังที่ต่างระดับกันก็เกิดแรงกระตุ้นที่ต่างระดับกันด้วย คนที่ตั้งระดับความมุ่งหวังไว้สูงจะพยายามมากกว่าผู้ที่ตั้งระดับมุ่งหวังไว้ต่ำ
 6. การแสดงออกของความต้องการในแต่ละสังคมจะแตกต่างกันไปตามประเพณี และวัฒนธรรมของสังคม บางครั้งสังคมเดียวกันอาจแสดงพฤติกรรมที่ต่างกัน เนื่องจากเกิดการเรียนรู้
 7. ความต้องการอย่างเดียวกันอาจทำให้บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันได้
 8. แรงผลักดันที่แตกต่างกันแต่การแสดงออกของพฤติกรรมอาจเหมือนกันได้
 9. พฤติกรรมอาจสนองความต้องการได้หลาย ๆ ทาง และมากกว่าหนึ่งอย่างในเวลาเดียวกัน เช่น ตั้งใจทำงานเพื่อไว้เงินเดือนและได้ชื่อเสียงเกียรติยศ ความยกย่องและยอมรับจากผู้อื่น

สรุปแล้ว แรงจูงใจในการมาปฏิบัติหน้าที่โดยทั่วไป มาจากแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก ซึ่งแต่ละคนจะมีแรงจูงใจต่างกันตามสภาพแวดล้อมหรือสถานภาพส่วนบุคคลซึ่งบุคคลมีความต้องการเป็นแรงผลักดัน เช่น ต้องการยอมรับนับถือจากผู้อื่น ได้รับความสำเร็จในชีวิต ครอบครัว ต้องการความก้าวหน้าทางสังคม หรือสนใจในลักษณะของงาน และต้องการช่วยเหลือสังคมให้เป็นปกติสุข

4. แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์

การวางแผนถือเป็นกระบวนการแรกในการบริหารที่มีความสำคัญต่อองค์กรอย่างมาก เพราะการวางแผนบ่งบอกถึงทิศทางในอนาคตขององค์กรและเป้าหมายที่องค์กรต้องการที่จะบรรลุตลอดจนวิธีการที่องค์กรเลือกใช้ให้บรรลุเป้าหมาย การวางแผนจึงเปรียบเสมือนแผนที่ในการเดินทางขององค์กร องค์กรที่มีแผนที่ดีย่อมจะมีทางเลือกและทางหนีทีไล่ในการเดินทางได้ดี การไม่มีแผนที่ในการเดินทางทำให้การเดินทางไร้ทิศทางที่แน่นอน ไม่รู้จุดหมายปลายทาง และยังเสียเวลาจากการเดินผิดทาง หลงทาง หรืออ้อมมากเกินไปทำให้ไปถึงจุดหมายล่าช้ากว่าที่ควร การวางแผนองค์กรมีหลายประเภท แต่การวางแผนที่มีความครอบคลุมทุกๆส่วนขององค์กรมากที่สุดได้แก่การวางแผนกลยุทธ์(strategic planning) เดวิด (สาโรจน์ โอปัททชัยชีวิน. 2546 : 2 ; อ้างอิงจาก David. 1992. **Strategic Management Concepts.** p.6)

4.1 ความหมายของการวางแผนกลยุทธ์

การวางแผนกลยุทธ์เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นมานานแล้ว โดยหน่วยงานทางทหารนำมาใช้ในการวางแผนการรบ ตำรายุทธศาสตร์ที่กล่าวถึงกันมาก ได้แก่ตำราพิชัยสงคราม และมีการนำเอาศาสตร์ด้านนี้ไปใช้ในกิจการด้านอื่นๆ นอกเหนือจากการรบ เช่น ในการประกอบธุรกิจมีการนำกลยุทธ์มาใช้ในการบริหารกิจการ มีการวิเคราะห์องค์กรในรูปแบบของการวางแผนกลยุทธ์ สำหรับการวางแผนกลยุทธ์มีนักวิชาการได้ให้ความหมายต่างๆ กัน ดังนี้

เฟร็ด อาร์ เดวิด (สาโรจน์ โอปัททชัยชีวิน. 2546 : 4 ; อ้างอิงจาก David. 1992. **Strategic Management Concepts.** p.4) ได้ให้ความหมายของการวางแผนกลยุทธ์ไว้ว่า เป็นกระบวนการนำศาสตร์และศิลป์มากำหนดแนวทางการตัดสินใจ เป้าหมายขององค์กร การนำแผนไปปฏิบัติ และการประเมินผลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

สุพานี สฤษดิ์วานิช (2549 : 11-6) ได้ให้ความหมายของการวางแผนกลยุทธ์ไว้ว่า เป็นการวางแผนระยะยาวขององค์กร เพื่อให้ได้มาซึ่งกลยุทธ์ขององค์กร โดยจะมีขั้นตอนหรือกระบวนการย่อยๆ อีก 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การกำหนดภารกิจและวัตถุประสงค์หลักขององค์กร 2) ตรวจสอบวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร และ 3) การกำหนดกลยุทธ์หลักขององค์กร

อุทิศ ขาวเขียว (2546 : 11-6) กล่าวไว้ว่า ยุทธศาสตร์ หมายถึง เป็นเครื่องมือเพื่อช่วยชี้้นำการบริหารขององค์กรที่เกิดจากกระบวนการระดมสมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างมีส่วนร่วม โดยยึดหลักการวิเคราะห์ให้ทราบสภาพแวดล้อมให้ “รู้เขารู้เรา” เพื่อชี้แนะเป้าประสงค์หรือเป้าหมาย (วิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์หลักของแผน) และกลยุทธ์ กลวิธีการปฏิบัติที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม

สมพงษ์ จูย์โต และเชาว์ วิจารณ์แสง (2545 : 11-9) อธิบายถึงองค์ประกอบหลัก 4 ประการ ของการวางแผนกลยุทธ์ ประกอบด้วย พันธกิจ หรือภารกิจ (mission) วัตถุประสงค์ (objective) กลยุทธ์ (strategies) และแผนปฏิบัติการ (operational plan)

สรุปได้ว่า การวางแผนกลยุทธ์ เป็นกระบวนการค้นหาปัญหา เพื่อนำข้อมูลที่ได้มา กำหนดเป้าหมายรวมขององค์กร และวิธีการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

4.2 ลักษณะสำคัญของการวางแผนกลยุทธ์

การวางแผนกลยุทธ์จะต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

4.2.1 มององค์กรในภาพรวม (holistic) การวางแผนยุทธศาสตร์จะต้องมององค์กร ในฐานะที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน แผนกลยุทธ์จะเป็นแผนที่ครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร และมีระดับของแผนที่สอดคล้องกันตั้งแต่แผนระดับองค์กร แผนระดับหน่วยงานย่อยในองค์กร และแผนปฏิบัติการซึ่งจะประกอบไปด้วยรายละเอียดในการดำเนินงานขององค์กรทั้งหมด

4.2.2 มุ่งเน้นอนาคต (future oriented) การวางแผนกลยุทธ์จะให้ความสำคัญกับอนาคตขององค์กรเช่นเดียวกับการวางแผนประเภทอื่นๆ การวางแผนกลยุทธ์จะครอบคลุมทั้งแผนระยะสั้น ระยะปานกลาง ระยะยาวซึ่งแผนระยะต่างๆ จะมีความสอดคล้องกันจึงจะทำให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

4.2.3 ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลง (change management) การวางแผนกลยุทธ์จะให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมขององค์กรทั้งในด้านของการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อองค์กร และการปรับเปลี่ยนองค์กรให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป การวางแผนกลยุทธ์จะต้องวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และกำหนดยุทธศาสตร์ขององค์กรให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม แผนยุทธศาสตร์ กระบวนการ ยุติธรรม (2551 : 5)

4.3 กระบวนการวางแผนกลยุทธ์

การวางแผนกลยุทธ์ประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย

4.3.1 การกำหนดพันธกิจขององค์กร เป็นการกำหนดว่าองค์กรจะมีภารกิจใด พันธกิจอาจเป็นข้อความสั้นๆ เพียงประโยคเดียว หรือเป็นข้อความที่แสดงรายละเอียดก็ได้ เพื่อที่จะบอกว่าจะทำอะไร จะดำเนินงานอะไร ดำเนินการอย่างไร และเนื้อหาของพันธกิจจะครอบคลุมขอบเขตของการดำเนินงาน เป้าหมายพื้นฐานและประโยชน์ต่างๆ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder) ขององค์กร

4.3.2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร จากลักษณะของการวางแผนกลยุทธ์ที่ให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

และในด้านของการปรับตัวขององค์กร โดยในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจะต้องทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม 2 ส่วน คือสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

4.3.3 การกำหนดยุทธศาสตร์ขององค์กร เป็นการกำหนดแผนจากการวิเคราะห์สถานการณ์ หรือ การวิเคราะห์ปัญหา โดยแผนกลยุทธ์จะประกอบไปด้วย 3 ระดับ กล่าวคือยุทธศาสตร์ในระดับองค์กรโดยรวมซึ่งเรียกว่า (corporate level) กลยุทธ์ในระดับส่วนย่อยของหน่วยงาน หรือระดับหน่วยธุรกิจ โดยแผนกลยุทธ์แต่ละระดับจะต้องมีความสัมพันธ์สอดคล้องและไปในทิศทางเดียวกันในลักษณะของความเชื่อมโยงของเป้าหมาย และวิธีการปฏิบัติ แผนดังกล่าวจะเป็นภาพรวมขององค์กรทั้งหมด ดังนั้นหากการกำหนดยุทธศาสตร์มีความชัดเจนและเชื่อมโยงกันดี ก็จะทำให้การปฏิบัติงานขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุตามเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้

4.3.4 การกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนกลยุทธ์ การกำหนดวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานขององค์กร จะต้องสอดคล้องกับภารกิจ และปัญหาขององค์กร วัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้นจะต้องมีลักษณะสำคัญคือ 1) มีความเฉพาะเจาะจงและมีความชัดเจน 2) สามารถวัดได้ 3) เป็นที่ยอมรับและเห็นพ้องต้องกันกับผู้ที่เกี่ยวข้อง 4) สามารถปฏิบัติได้จริง 5) มีระยะเวลาที่กำหนดไว้ 6) มีความท้าทายแต่สามารถบรรลุได้ไม่ยากและง่ายจนเกินไป 7) วัตถุประสงค์ควรมีการเขียนไว้เป็นลายลักษณ์อักษรและให้ทุกคนในองค์กรทราบ

4.3.5 การแปลงยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ การแปลงยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติเป็นขั้นตอนที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรอย่างมาก เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการบริหารองค์กรในมิติต่างๆ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2551 : 11-6)

สำหรับกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ของงานวิจัยในครั้งนี้จะเริ่มตั้งแต่พันธกิจของแผนกฝึกอากาศยานจำลองการกำหนดตัวชี้วัด กิจกรรม โครงการ ระยะเวลาการดำเนินการ และผู้รับผิดชอบ

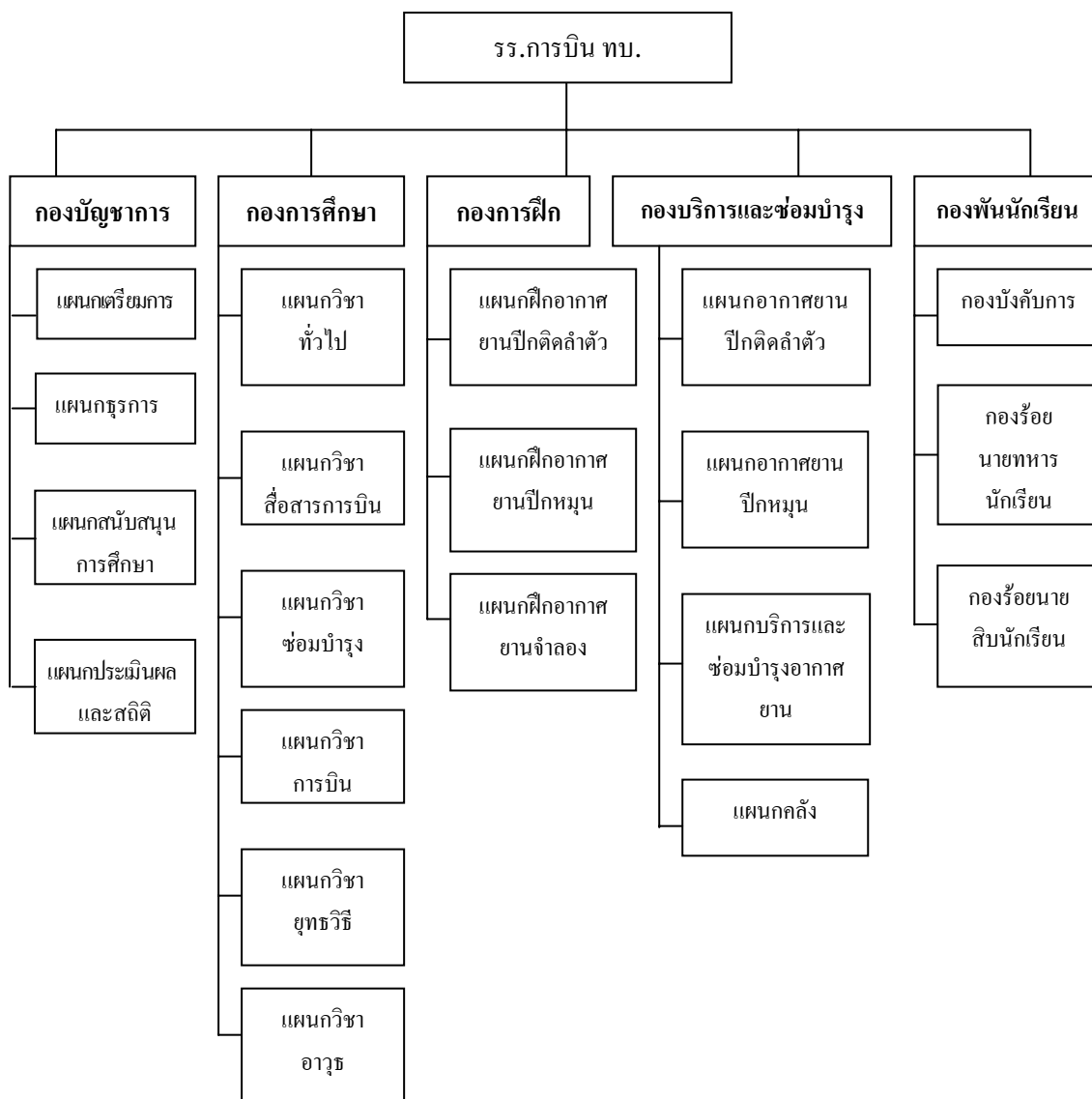
5. บริบทโรงเรียนการบินทหารบก

โรงเรียนการบินทหารบก เป็นหน่วยสายวิทยาการการบินของกองทัพบกที่ได้รับอนุมัติให้เปิดหลักสูตรเช่น หลักสูตรผลิตกำลังพลเพื่อให้เป็นเจ้าหน้าที่การบิน ได้แก่ นักบิน ช่างอากาศยาน ทหารบก หลักสูตรเพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถในการบิน ได้แก่ การฝึกบินเปลี่ยนแบบอากาศยาน ครูการบิน นักบินลงเครื่อง การฝึกบินด้วยเครื่องวัดประกอบการบิน นายทหารซ่อมบำรุงอากาศยานทหารบก และหลักสูตรที่มีผลต่อความพร้อมรบของหน่วยบิน ได้แก่ การบินโดย

อาศัยลักษณะภูมิประเทศ การใช้อาวุธทางอากาศกับอากาศยานปีกหมุน โจมตี และการบินกลางคืน และการบินกลางคืนด้วยกล้องช่วยในการมองเห็น เป็นต้น

ในส่วนของแผนกฝึกอากาศยานจำลอง โรงเรียนการบินทหารบกนั้น เป็นหน่วยขึ้นตรงกับกองการฝึกโรงเรียนการบินทหารบก โดยที่มีภารกิจตามอัตราเฉพาะกิจ 4700 ศบบ.(ศูนย์การบินทหารบก) คือ 1) อำนวยการและดำเนินการฝึกบินกับอากาศยานจำลองให้แก่ผู้เข้ารับการศึกษาในหลักสูตรต่าง ๆ ที่โรงเรียนการบินทหารบก ตรวจสอบและจัดมาตรฐานการบินให้กับนักบินของหน่วยบินต่าง ๆ ตามที่ได้ร้องขอ และหลักสูตรการฝึกบินตามที่กองทัพบกกำหนด 2) วางแผนการฝึก จัดหาหลักฐาน คู่มือวงจรการบินแบบต่าง ๆ ที่ทันสมัย เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกมีความชำนาญ สามารถทำการบินกับอากาศยานจำลองได้เป็นอย่างดี และทำรายงานผลการฝึกของผู้รับการฝึก 3) ดำเนินการซ่อมบำรุงอากาศยานจำลองขึ้นหน่วยบำรุงรักษา เพื่อให้เครื่องสามารถใช้งานได้เป็นเวลานาน 4) บันทึกลง และรายงานสถิติผลงานตามหน้าที่ ในการเข้ารับการฝึกกับอากาศยานจำลอง นักบินทหารบก จะต้องเข้ารับการฝึกบินกับอากาศยานจำลองทุกนาย ทั้งนี้เพื่อเป็นการฝึกฝนฝีมือบินให้มีความคุ้นเคยกับการบินเป็นประจำ เครื่องฝึกบินจำลองดังกล่าวเป็นยุทธโศปกรณ์ที่สนับสนุนการฝึกในด้านการประหยัดงบประมาณที่มีซึ่งมีจำนวนจำกัด และห้วงระยะเวลาในการฝึกบินในยามปกติ ตลอดจนเพื่อเป็นการฝึกแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าทางด้านการบินที่อาจเกิดขึ้นได้ ทั้งนี้ยังเป็นการป้องกันการสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นได้โดยไม่คาดคิด สอดคล้องกับนโยบายของกองทัพบกเกี่ยวกับนิตยการบิน เพื่อลดและป้องกันอุบัติเหตุที่จะเกิดขึ้นกับบุคลากรการบินและอากาศยานได้

แผนกฝึกอากาศยานจำลองโรงเรียนการบินทหารบก ได้รับมอบหมายภารกิจเกี่ยวกับการให้การสนับสนุนการฝึกบินกับอากาศยานจำลอง โดยแผนกฝึกอากาศยานจำลองนั้น มีขีดความสามารถที่ให้การสนับสนุนส่วนยุทธโศปกรณ์หลัก ๆ คือ ส่วนหัวบินหรือห้องบังคับการบินที่ได้จำลองมาจากเครื่องจริงทั้งสิ้น และยังมีบุคลากรภายในแผนกปฏิบัติการควบคุมระบบในการฝึกบินตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักบินทหารบกที่เข้ารับการฝึกบินกับอากาศยานจำลอง (โรงเรียนการบินทหารบก. 2551 : ออนไลน์)



ภาพประกอบ 2 การจัดหน่วยโรงเรียนการบินทหารบก

ที่มา : โรงเรียนการบินทหารบก, 2551 : 6

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทำการวิจัยในครั้งนี้ได้ตรวจสอบผลงานวิจัยที่ใกล้เคียงกัน เกี่ยวกับการให้บริการในด้านต่าง ๆ และสามารถนำมาใช้สนับสนุนแนวคิดในการทำวิจัยในเรื่องนี้ ดังต่อไปนี้

อัญชลี ดวงทรัพย์ (2534 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การให้บริการชุมชนของห้องสมุดโรงเรียนมัธยมเพื่อพัฒนาชนบทในเขตภาคกลาง ผลการวิจัยสรุปได้ว่าห้องสมุดโรงเรียนมัธยมเพื่อพัฒนาชนบทในเขตภาคกลาง ส่วนใหญ่จัดบริการให้อ่านและบริการให้ยืม นอกจากนี้ ยังจัดบริการ

อื่น ๆ เช่น บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า บริการแนะนำการใช้ห้องสมุดบริการแนะนำและส่งเสริมการอ่านและบริการกระเป๋านั่งสือสู่ประตูป้านเป็นต้น การจัดการบริการมิได้จำกัดเฉพาะภายในห้องสมุดเท่านั้นแต่ยังไปจัดให้บริการภายนอกห้องสมุดด้วย ความสนับสนุนของผู้บริหารโรงเรียน ความร่วมมือจากบุคลากรภายนอกโรงเรียนและความสนใจของประชาชนต่อการจัดบริการของห้องสมุดยังมีน้อย อย่างไรก็ตามความร่วมมือของบุคลากรภายในโรงเรียนยังมีระดับมากพอสมควร ด้านปัญหาในการจัดบริการชุมชนให้ดีขึ้นนั้น ครูบรรณารักษ์และผู้บริหารโรงเรียนมีความต้องการที่จะลดชั่วโมงสอนและงานพิเศษอื่น ๆ ของครูบรรณารักษ์ เพิ่มจำนวนบุคลากรของห้องสมุดและเพิ่มงบประมาณให้มากขึ้น

คงฤทธิ์ สุกใส (2545:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้สื่อข่าวต่อการให้บริการตามโครงการโรงพักเพื่อประชาชน ผลการวิจัยพบว่า ผู้สื่อข่าวเห็นว่าการบริการของตำรวจนครบาลตามโรงพักโครงการโรงพักเพื่อประชาชน มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง ส่วนประเด็นที่ผู้สื่อข่าวเห็นว่าเหมาะสมในระดับต่ำคือ การรวบรวมข้อคิดเห็นความเดือดร้อนของประชาชน และข้าราชการตำรวจปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ตัวแปรที่เป็นปัจจัยส่วนบุคคลของผู้สื่อข่าวที่แตกต่างกันในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของผู้สื่อข่าว และประสบการณ์ในการทำงาน มีความคิดเห็นต่อการปฏิบัติงานของตำรวจนครบาลตามโครงการโรงพักเพื่อประชาชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เสาวนิต ปทุมวัฒน์ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การประเมินการบริการตามความเห็นของลูกค้าธนาคารประชาชน ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าธนาคารประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปีมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด รองลงมาคือมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยเป็นผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัวมากกว่าทุกกลุ่มอาชีพ และเป็นลูกค้าธนาคารประชาชนมา 9 เดือนขึ้นไป รองลงมาคือ 7 เดือนขึ้นไป แต่ไม่ถึง 9 เดือน

สำหรับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานของธนาคารประชาชน ลูกค้าธนาคารเห็นว่าการดำเนินงานที่ผ่านมา ทั้งด้านบุคลากร สถานที่ การบริการ และการตลาด อยู่ในระดับที่ดี ส่วนการประเมินคุณภาพการบริการของธนาคารประชาชน ตามความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารได้แก่ ด้านลักษณะภายนอก ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ความมั่นใจในการให้บริการ การเข้าถึงจิตใจลูกค้า และอัตราค่าบริการ ลูกค้าธนาคารเห็นว่ามีความคุณภาพทุกด้าน

ลูกค้าธนาคารได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารประชาชนไว้ดังนี้

ด้านบุคลากร ลูกค้าธนาคารเห็นว่า ควรเพิ่มพนักงานให้เพียงพอกับการบริการลูกค้า โดยมีความรอบรู้เกี่ยวกับงานให้มากขึ้น ควรปฏิบัติงานด้วยความคล่องแคล่ว และมีความกระตือรือร้น การให้บริการแก่ลูกค้า

ด้านสถานที่ ลูกค้านาคารเห็นว่าควรขยายพื้นที่และจัดหาที่จอดรถให้ลูกค้าอย่างเพียงพอ และมีที่กำบังแดด ควรปรับปรุงหรือขยายพื้นที่บริการให้กว้างขวาง ทั้งจัดหาอิฐหรือม้านั่งให้เพียงพอ กับลูกค้าที่มาใช้บริการ และควรมีพนักงานรักความปลอดภัยด้วย

ด้านบริการ ลูกค้านาคารเห็นว่า ควรยกระดับขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อให้สั้นลง เพื่อให้รวดเร็วยิ่งขึ้น อีกทั้งยังควรปรับปรุงการบริการฝาก-ถอนเงิน ให้สะดวกรวดเร็วขึ้น และเห็นว่าควรเพิ่มวงเงินสินเชื่อให้มากขึ้นด้วย

ด้านการตลาด ลูกค้านาคารเห็นว่า ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารให้มากขึ้น และควรเพิ่มการบริการนอกสถานที่ให้มากขึ้นด้วย

เกศนราภรณ์ สัตยาศัย (2546 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One stop service) ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ประชาชนผู้มาใช้บริการ มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการ โดยส่วนรวมอยู่ในระดับมาก
2. ประชาชนผู้มาใช้บริการ ที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ฝ่ายที่มาขอใช้บริการ สำนักงานเขตที่มาขอใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการไม่แตกต่างกัน
3. ประชาชนผู้มาใช้บริการ มีการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการแตกต่างจากประชาชนที่มีวุฒิมัธยมศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญาตรี หรือเทียบเท่า
4. ประชาชนผู้มาใช้บริการ มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านการให้บริการ ณ ศูนย์บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ คือ ควรเพิ่มจำนวนเก้าอี้ที่นั่งรอ ควรประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้ทราบในการติดต่อราชการให้มากขึ้นกว่า ควรเพิ่มความยืดหยุ่นในการติดต่อราชการ ด้านอาคารและสถานที่ คือ ที่จอดรถไม่เพียงพอ สถานที่ในการให้บริการคับแคบ และควรมีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกในการจอดรถให้มากกว่านี้ ด้านเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ เสนอว่ามีจำนวนไม่เพียงพอ และควรมีหน่วยงานให้คำปรึกษาโดยเฉพาะ