

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาการรับรู้บรรยากาศองค์การและพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานในธุรกิจโรงแรม ผู้ศึกษาได้ทำการตรวจสอบเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย สรุปเป็นหัวข้อได้ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับบรรยากาศองค์การ
2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรให้บริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์การและพฤติกรรมของบุคคล
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับบรรยากาศองค์การ

1. ความหมายของบรรยากาศองค์การ

องค์การแต่ละองค์การย่อมมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ก็เนื่องจาก องค์ประกอบทางด้านสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่มีความแตกต่างกันซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นผลให้เกิดบรรยากาศองค์การ โดยที่ความสำเร็จขององค์การส่วนหนึ่งย่อมขึ้นอยู่กับบรรยากาศองค์การ ซึ่งมีส่วนในการสนับสนุนอย่างสำคัญที่จะทำให้องค์การมีประสิทธิผลหรือไม่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้บรรยากาศองค์การยังมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานอีกด้วย (อรุณ, 2532: 245)

ได้มีผู้ให้ความหมายของบรรยากาศองค์การไว้หลายท่าน ดังนี้

เทพนม และ สวิง (2540: 278) ให้ความเห็นว่าบรรยากาศองค์การ หมายถึง ตัวแปรชนิดต่าง ๆ เมื่อนำมารวมกันแล้ว มีผลกระทบท่อระดับการทำงานหรือการปฏิบัติงานของผู้ดำเนินงานภายในองค์การ

นิภา (2532: 191) ให้ความเห็นว่า บรรยากาศองค์การ หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่ประกอบกันขึ้นมาเป็นคุณลักษณะของสภาพแวดล้อมในองค์การและสภาพแวดล้อมของงานที่บุคคลในองค์การเกิดการรับรู้ในสภาพเหล่านั้นทั้งทางตรงและทางอ้อม การรับรู้อันเกิดจากสภาพแวดล้อมเหล่านี้ จะเป็นแรงกดดันที่มีอิทธิพลผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมในการทำงานออกมา

Mullins (2002: 809) กล่าวว่า บรรยากาศองค์การเป็นการบ่งชี้ถึงความรู้สึกและความเชื่อของพนักงานเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ในองค์การ โดยบรรยากาศองค์การจะขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของบุคคลที่มีต่อองค์การ

Moorhead and Griffin (2001: 488) กล่าวว่า บรรยากาศองค์การ หมายถึง สถานการณ์ปัจจุบันที่มีอยู่ในองค์การ เป็นการเชื่อมโยงกันระหว่างกลุ่มการทำงาน พนักงานและการปฏิบัติงาน การจัดการต่าง ๆ จึงมีผลกระทบโดยตรงต่อพฤติกรรมของพนักงาน

Forehand and Gilmer (1964 อ้างถึงใน อารี, 2537: 73) ได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับบรรยากาศในองค์การไว้ว่าจะมีลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

- 1) เป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละองค์การ
- 2) เป็นลักษณะที่สืบทอดกันมาตลอดเวลา
- 3) เป็นลักษณะที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลแต่ละคนในองค์การ

Stringer (2002: 1) ได้ให้นิยามเกี่ยวกับบรรยากาศองค์การว่า เป็นความรู้สึกที่บุคคลมีต่อองค์การว่าเขากำลังทำงานให้กับองค์การอะไร องค์การมีอิทธิพลต่อรูปแบบการทำงานของเขาอย่างไรและมีอิทธิพลต่อความยากง่ายในการทำงานของเขาอย่างไร บรรยากาศองค์การจะสามารถเป็นตัวชี้วัดความสามารถขององค์การได้

เมื่อพิจารณาความหมายของบรรยากาศองค์การของนักวิชาการหลาย ๆ ท่านแล้วสามารถสรุปความได้ว่า บรรยากาศองค์การคือ ทุกสิ่งทุกอย่างที่ประกอบขึ้นมาเป็นคุณลักษณะและสภาพแวดล้อมขององค์การ เป็นสิ่งที่ทำให้องค์การหนึ่งแตกต่างไปจากองค์การหนึ่ง ซึ่งรับรู้ได้โดยบุคลากรที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์การนั้น ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานของพวกเขา

2. ความสำคัญของบรรยากาศองค์การ

บรรยากาศองค์การเป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ และความก้าวหน้าขององค์การในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะผลกระทบที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมการทำงาน of พนักงานในองค์การ โดย Harris and Desimone (1994 อ้างใน วัชรินทร์ วิจิตรวงษ์, 2548) กล่าวว่าบรรยากาศองค์การเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ประสบความสำเร็จ หากว่าบรรยากาศไม่เอื้ออำนวย การวางแผนและการนำไปใช้ก็จะทำได้ลำบาก เช่น หากพนักงานและผู้จัดการต่างไม่ไว้วางใจซึ่งกันและกัน พนักงานก็จะไม่ร่วมมืออย่างเต็มที่ ทำให้การพัฒนาฝึกอบรมทักษะของพนักงานในองค์การไม่ประสบผลสำเร็จ

Kolb, Rubin and McIntyre (1979 อ้างใน นิธิ บุญยทิศา, 2547) เชื่อว่าบรรยากาศองค์การมีผลกระทบต่อหน้าที่ต่างๆ ของคนในองค์การ นอกจากนี้บรรยากาศองค์การจะช่วยให้การศึกษากระบวนการบริหารโดยเฉพาะอย่างยิ่งในรูปแบบต่าง ๆ ของการบริหารที่มีต่อคน พฤติกรรมองค์การ และจากการที่บรรยากาศองค์การมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของคนในองค์การ จึงทำให้ผู้บริหารสามารถจัดวางรูปแบบบรรยากาศองค์การ ที่จะตอบสนองต่อความต้องการและความจำเป็นของพนักงานได้อย่างถูกต้อง หากต้องมีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาองค์การแล้ว จะต้องพิจารณาเปลี่ยนแปลงบรรยากาศองค์การเป็นอันดับแรก

3. รูปแบบของบรรยากาศองค์การ

ตามที่กล่าวไปแล้วในข้างต้น องค์การแต่ละองค์การต่างก็มีลักษณะที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ก็เป็นเพราะว่าขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์การ แต่อย่างไรก็ตามบรรยากาศองค์การสามารถที่จะแบ่งเป็นรูปแบบต่าง ๆ ตามที่นักวิชาการได้จำแนกไว้ ดังเช่น Brown and Moberg (1980 อ้างถึงใน จิระจิตต์, 2525: 26-28) ได้จัดรูปแบบของบรรยากาศองค์การไว้ 4 แบบ คือ

1) องค์การที่มีบรรยากาศที่เน้นการใช้อำนาจ องค์การชนิดนี้มีโครงสร้างทางอำนาจที่เห็นได้เด่นชัด และมักจะใช้อำนาจในการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ เช่น การเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง การพิจารณาความดีความชอบ องค์การชนิดนี้จะมีบรรยากาศในลักษณะที่คนในองค์การต่อสู้เพื่อผลประโยชน์ส่วนตัวและแข่งขันกับเพื่อนร่วมงานมาก อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ของคนในองค์การบางอย่างที่ถูกจัดอยู่ในกลุ่มนี้ อาจจะมีความสัมพันธ์แบบช่วยเหลือกัน ในแง่ที่ว่าลูกน้องจะต้องพึ่งพา ต้องเอาใจผู้บังคับบัญชาเพื่อความก้าวหน้าในการทำงาน ผู้บังคับบัญชามีอำนาจเด็ดขาดในการตัดสินใจ ตัวอย่างของบรรยากาศขององค์การที่เน้นการใช้อำนาจนี้ จะเห็นได้จากองค์การที่บริหารงานโดยใช้ระบบครอบครัว เช่น พ่อแม่ ญาติ พี่น้อง

2) องค์การที่มีบรรยากาศที่เน้นการทำหน้าที่ตามบทบาท บรรยากาศขององค์การเช่นนี้ จะเน้นย้ำระเบียบ กฎเกณฑ์ ความมีเหตุมีผล บรรยากาศขององค์การแบบนี้พัฒนาขึ้นมาจากลักษณะบรรยากาศองค์การแบบแรก ในขณะที่องค์การแบบแรกปล่อยให้สมาชิกในองค์การแข่งขัน แข่งชิงผลประโยชน์ของตนเต็มที่ แต่องค์การที่มีบรรยากาศที่เน้นการทำหน้าที่ตามบทบาทนี้ การแข่งขันและความขัดแย้งจะถูกควบคุมให้อยู่ภายในกฎเกณฑ์และระเบียบ บรรยากาศองค์การแบบนี้จะเน้นความมั่นคงเป็นสำคัญ หากองค์การใดมีบรรยากาศเช่นนี้ย่อมเป็นการยากที่จะพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลง องค์การที่มีบรรยากาศเน้นการทำหน้าที่ตามบทบาทนี้ ได้แก่ ธนาคาร บริษัท ประกันภัย หรือหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ เป็นต้น

3) องค์กรที่มีบรรยากาศเน้นการทำงาน องค์กรลักษณะนี้จะเน้นเป้าหมายของการทำงาน เป้าหมายขององค์กรนี้อาจจะเป็นผลกำไร ตัวเงิน หรือคุณภาพ หรือการรักษาสุขภาพอนามัย องค์กรที่มีบรรยากาศเช่นนี้ จะเห็นได้ว่า การประเมินผลในเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับองค์กร เช่น โครงสร้างองค์กร กิจกรรมต่าง ๆ ในองค์กร รวมทั้งการทำงานของสมาชิกในองค์กร จะพิจารณาว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ การใช้อำนาจหน้าที่ในบรรยากาศขององค์กรเช่นนี้ จะถือว่ามี ความชอบธรรมก็ต่อเมื่อใช้อำนาจเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร กฎระเบียบใน องค์กรที่มีบรรยากาศแบบนี้จะไม่สำคัญและไม่จำเป็นต้องมี ถ้ากฎระเบียบนั้นไม่ช่วยให้งาน สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ สำหรับคนทำงานในองค์กรเช่นนี้หากเขาไม่มีความรู้ ทักษะที่องค์กร ต้องการแล้ว องค์กรจะหาคนมาแทนที่ทันที องค์กรที่มีบรรยากาศแบบนี้ ได้แก่ บริษัทการบิน องค์กรแบบมหาวิทยาลัย รวมทั้งบริษัทธุรกิจที่มีระบบการบริหารที่ทันสมัย

4) องค์กรที่มีบรรยากาศเน้นความสำคัญของคน องค์กรเช่นนี้เกิดขึ้นเพื่อสนองความ ต้องการของสมาชิกในองค์กร องค์กรจะคาดหวังว่า สมาชิกในองค์กรจะไม่ทำสิ่งใดขัดกับ ค่านิยมของเขา งานจะถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของความพึงพอใจของแต่ละคน หรือความต้องการที่จะ เรียนรู้หรือพัฒนา ภาระของงานที่ไม่เป็นที่นิยมและไม่ได้รับค่าตอบแทนจะถูกแบ่งอย่างเท่าเทียม กัน องค์กรที่มีบรรยากาศเช่นนี้ ได้แก่ องค์กรที่รับจ้างวิจัยและพัฒนา องค์กรที่รับให้คำปรึกษา หรือองค์กรอาสาสมัครทั้งหลาย

จากแนวคิดของ Brown and Moberg (1980 อ้างถึงใน จิระจิตต์, 2525: 28) ได้ให้ความเห็น เกี่ยวกับรูปแบบของบรรยากาศองค์กรแบบต่าง ๆ ว่า บรรยากาศองค์กรแต่ละแบบต่างมีข้อดี ข้อเสีย เช่น บรรยากาศขององค์กรเน้นความสำคัญของคน ก็จะเป็นดีสำหรับองค์กรที่ต้องการ ตอบสนองความพึงพอใจของสมาชิกในองค์กรนั้น บรรยากาศขององค์กรแบบเน้นการทำงานที่ ตามบทบาท จะมีประโยชน์สำหรับองค์กรที่ต้องการประสิทธิภาพ บรรยากาศขององค์กรแบบ เน้นการใช้อำนาจจะมีประโยชน์สำหรับองค์กรที่ต้องการมีการตอบโต้กับสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดเวลา สำหรับบรรยากาศขององค์กรแบบเน้นการทำงานจะมีประโยชน์สำหรับองค์กรที่ ต้องการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของงาน

กล่าวโดยสรุป รูปแบบบรรยากาศองค์กรนั้นมีทั้งข้อดีและข้อเสียต่างกันไป ดังนั้นจึงไม่มี รูปแบบใดที่ดีที่สุด สิ่งสำคัญก็คือบรรยากาศขององค์กรจะต้องสอดคล้องกับเป้าหมายส่วนบุคคล ของสมาชิกในองค์กร ทั้งนี้เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบรรยากาศองค์การ

อรุณ (2532: 245-246) ได้อธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบรรยากาศองค์การ และเป็นตัวกำหนดบรรยากาศองค์การว่าประกอบไปด้วย 4 ปัจจัย ดังนี้

1) โครงสร้าง ในด้านโครงสร้างขององค์การ กล่าวได้ว่าเป็นตัวกำหนดบรรยากาศองค์การ ได้อย่างชัดเจน เช่น ยังมีการควบคุมที่ส่วนกลางมากเกินไป ไม่ว่าจะเป็นในแง่กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับก็ตาม ย่อมจะเป็นการปิดขาดการยืดหยุ่น บรรยากาศตึงเครียดจะตามมา ในทางตรงข้าม ความเป็นอิสระส่วนบุคคลหรือการอนุญาตให้มีความร่วมมือร่วมใจระหว่างบุคคล ยิ่งมากขึ้นเท่าใด เช่น การไว้น้ำใจเชื่อใจระหว่างกัน การเปิดเผยข้อมูลและความรับผิดชอบในงาน บรรยากาศองค์การ ย่อมจะเป็นไปอีกแบบหนึ่ง ทั้งสองลักษณะย่อมมีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของบุคคลอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ เป็นต้น

ส่วนโครงสร้างอย่างอื่นที่มีผลกระทบต่อบรรยากาศองค์การก็คือ ขนาดขององค์การและ ตำแหน่งของบุคคลในสายการบังคับบัญชา เชื่อว่าองค์การที่มีขนาดเล็กกว่า คนที่อยู่ในองค์การ ประเภทนี้จะมีการติดต่อกันในลักษณะเปิดเผย มีความไว้น้ำใจเชื่อใจกันและมีบรรยากาศที่ดีมากกว่า ในองค์การขนาดใหญ่ หรือในองค์การที่มีลักษณะระบบราชการจะมีลักษณะตรงกันข้ามกับสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวแล้ว

2) วิทยาการต่าง ๆ ที่ใช้ในองค์การย่อมมีส่วนสำคัญในการกำหนดบรรยากาศขององค์การ โดยทั่วไป วิทยาการที่ใช้ในการทำงานประจำมีแนวโน้มที่จะสร้างบรรยากาศของการควบคุมโดยกฎหมายที่ยืดหยุ่นน้อย และบรรยากาศของการไว้น้ำใจเชื่อใจกันจะอยู่ในระดับต่ำ การใช้วิทยาการเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงควรจะเปิดโอกาสในการติดต่อสื่อสารอย่างเปิดเผย การไว้น้ำใจเชื่อใจกันและบรรยากาศของการสร้างสรรค์ รวมถึงการมีความรับผิดชอบส่วนบุคคลต่อความสำเร็จในงาน

3) สิ่งแวดล้อมภายนอกขององค์การ บางครั้งย่อมมีผลกระทบต่อบรรยากาศขององค์การ เช่นกัน ตัวอย่างเช่น สภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจที่ตกต่ำอาจจะเป็นการดึงให้องค์การต้องไล่คนออกจากงาน สับเปลี่ยนงานหรือโยกย้ายงาน ส่วนบุคคลที่เหลือก็อาจจะมีขวัญกำลังใจไม่ดี อาจจะมีผลกระทบต่อผลผลิตขององค์การได้

4) นโยบายด้านการบริหารและการปฏิบัติของฝ่ายบริหาร ย่อมจะมีอิทธิพลอย่างมากต่อบรรยากาศองค์การ ตัวอย่างเช่น การจัดให้มีข่าวสารย้อนกลับ ความเป็นอิสระในการปฏิบัติงาน และลักษณะงาน ย่อมจะเป็นเครื่องสร้างบรรยากาศในการทำงานอันจะนำมาสู่ความสำเร็จในงาน การทำเช่นนี้ย่อมจะมีส่วนทำให้บรรดาสมาชิกในองค์การมีความรู้สึกรับผิดชอบต่อวัตถุประสงค์ของกลุ่มยิ่งขึ้น

5. องค์ประกอบของบรรยากาศองค์การ

ตามที่กล่าวมาแล้ว บรรยากาศองค์การจะเป็นสิ่งที่พนักงานในองค์การรับรู้จากสภาพการทำงานที่ตนปฏิบัติงานอยู่ อย่างไรก็ตามเป็นสิ่งที่น่าพิจารณาว่าบรรยากาศองค์การที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานนั้นประกอบไปด้วยอะไรหรือมีปัจจัยประกอบอะไรบ้าง ซึ่งปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของบรรยากาศองค์การนี้ได้มีนักวิชาการต่าง ๆ ให้ความเห็นไว้ดังต่อไปนี้

Halpin and Crofts (1963) ได้แบ่งบรรยากาศองค์การออกเป็น 8 มิติด้วยกัน โดยแบ่งเป็นมิติด้านเพื่อนร่วมงาน 4 มิติแรก และมิติด้านผู้บริหารอีก 4 มิติ ดังนี้

- 1) มิติความไม่สามัคคี (Disengagement) คือ ความรู้สึกที่ว่าการทำงานเป็นแบบต่างคนต่างทำ ขาดความร่วมมือประสานงานกัน ไม่มีความสามัคคี
- 2) มิติอุปสรรค (Hindrancel) คือ ความรู้สึกว่าการปฏิบัติงานมีความสะดวกหรือไม่ ปริมาณงานที่ได้รับมอบหมายจากหัวหน้างานมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด และการปฏิบัติหน้าที่ต่าง ๆ ตามกฎระเบียบองค์การมีอุปสรรคหรือไม่
- 3) มิติความสามัคคีในหมู่คณะ (Esprit) คือ ความรู้สึกที่ว่าความต้องการทางสังคมในที่ทำงานได้รับการตอบสนอง ผู้ร่วมงานมีส่วนส่งเสริมให้บุคคลประสบความสำเร็จในการทำงาน
- 4) มิติมิตรสัมพันธ์ (Intimacy) คือ ความรู้สึกว่าเป็นเพื่อนร่วมงานมีความสัมพันธ์กันอย่างอบอุ่นใกล้ชิด โดยไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับความสำเร็จของการปฏิบัติงาน

ส่วนในมิติด้านผู้บริหารอีก 4 มิตินั้น มีรายละเอียดดังนี้

- 5) มิติห่างเหิน (Aloofness) คือ ความรู้สึกต่อพฤติกรรมผู้บริหารว่ามีการบริหารงานโดยคำนึงถึงกฎระเบียบ ข้อบังคับ และนโยบายการทำงานมากกว่าคำนึงถึงจิตใจผู้ปฏิบัติงาน และความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชามีน้อย
- 6) มิติมุ่งผลงาน (Production Emphasis) คือ ความรู้สึกที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริหารว่าเป็นผู้ที่คำนึงถึงผลงานมาก มีการควบคุม สั่งการ ตรวจสอบติดตามการทำงานของผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างเคร่งครัด
- 7) มิติการเป็นแบบอย่าง (Thrust) คือ ความรู้สึกต่อผู้บริหารว่าผู้บริหารพยายามกระตุ้นจิตใจผู้ใต้บังคับบัญชาโดยการที่ผู้บังคับบัญชาปฏิบัติงานอย่างดีให้เป็นแบบอย่าง
- 8) มิติความเห็นอกเห็นใจ (Consideration) คือ ความรู้สึกต่อผู้บริหารว่าปฏิบัติต่อผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างมีเมตตา เห็นอกเห็นใจ และช่วยเหลือผู้ใต้บังคับบัญชาทั้งในเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว

Litwin and Stringer (1968: 45-65) กล่าวถึงบรรยากาศภายในองค์กร ว่าประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ จำนวน 8 ด้านคือ

1) โครงสร้าง (Structure) เป็นการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อลักษณะ โครงสร้างขององค์กร เช่น ความชัดเจนของการแบ่งงาน ข้อจำกัดในการปฏิบัติงาน รวมถึงกฎระเบียบต่าง ๆ ขององค์กร ซึ่งโครงสร้างที่กำหนดขึ้นมาสำหรับใช้ในองค์กรย่อมมีผลกระทบต่อบุคคลในองค์กร ไม่ว่าองค์กรนั้นจะเป็นองค์กรรูปนัยหรือองค์กรรูปนัยก็ตาม

2) ความท้าทายและความรับผิดชอบ (Challenge and Responsibility) ปัจจัยนี้จะวัดเกี่ยวกับความเข้าใจหรือการรับรู้ทางด้านความท้าทายของงาน ปริมาณงานที่ต้องทำ และความรู้สึกรู้สึกที่เกี่ยวกับความสำเร็จของงาน การตอบสนองความพอใจจากงานที่ทำ และระดับของผลการปฏิบัติงานนั้น จะเกี่ยวพัน โดยตรงกับ โอกาสที่จะได้แสดงออกโดยตัวของเขาเอง การควบคุมตนเอง การเข้ามามีส่วนร่วม ความมีอิสระในการทำงานของบุคคล นอกจากนี้ การเพิ่มหน้าที่และความรับผิดชอบมีผลทำให้เกิดความจงรักภักดีต่อหน่วยงาน เกิดความคล่องตัวในการปฏิบัติงานและทำให้ได้ผลงานเพิ่มขึ้น

3) ความอบอุ่นและการสนับสนุน (Warmth and Support) ปัจจัยนี้จะวัดความสำคัญทางด้านการส่งเสริมมากกว่าการลงโทษสำหรับการปฏิบัติงาน ความอบอุ่นและการสนับสนุนที่มีอยู่ภายในองค์กรจะช่วยลดความกังวลและความตึงเครียดในส่วนที่เกี่ยวกับงานลงได้

4) การให้รางวัลและการลงโทษ (Reward and Punishment) ปัจจัยนี้จะวัดการรับรู้ทางการให้ความสำคัญกับการให้รางวัลและการลงโทษภายในสถานการณ์ของการทำงาน Litwin and Stringer ได้อธิบายด้านของบรรยากาศนี้ว่า ภายในสภาพแวดล้อมที่ให้ความสำคัญกับการให้รางวัล แทนที่จะเป็นการลงโทษนั้น ย่อมจะเป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานประสบความสำเร็จในการทำงาน นอกจากนี้ยังเป็นการลดความหวาดกลัวเกี่ยวกับความล้มเหลวในการทำงานได้

5) ความขัดแย้งและการยินยอมให้มีความขัดแย้ง (Conflict and Tolerance for Conflict) จะเป็นการวัดการรับรู้ที่ผู้ปฏิบัติงานมีความมั่นใจว่าองค์กรสามารถที่จะรับความขัดแย้งหรือความแตกต่างในแง่ความคิดเห็น เป็นต้นว่าผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานยินดีรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างออกไป เมื่อมีความขัดแย้งเกิดขึ้นก็นำเอาออกมาตกลงแก้ไขกัน ซึ่งในหน่วยงานต่างๆ จะต้องเผชิญกับความขัดแย้งอยู่เสมอ

6) มาตรฐานของผลการปฏิบัติงานและความคาดหวัง (Performance Standards and Expectations) เป็นการรับรู้เกี่ยวกับความสำคัญของผลการปฏิบัติงานและความชัดเจนของความคาดหวังที่เกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานภายในองค์กรว่าได้มีการตั้งมาตรฐานการปฏิบัติงานไว้สูงเพียงใด โดยระดับมาตรฐานที่กำหนดขึ้นมาโดยพนักงานนั้นจะเป็นตัวกำหนดแรงจูงใจทางด้าน

ความสำเร็จของพวกเขาด้วย

7) ความเสี่ยงภัยและการรับความเสี่ยงภัย (Risk and Risk Taking) เป็นการรับรู้ความรู้สึกของพนักงานว่าการปฏิบัติหน้าที่ขององค์กรนั้นกระทำอย่างระมัดระวังเกินไป หรือว่าได้มีการเสี่ยงกระทำในสิ่งที่ทำทายเป็นเหมาะสม Litwin ซึ่งชี้ให้เห็นว่าบุคคลที่เผชิญกับการตัดสินใจ อยู่ในบรรยากาศที่เสี่ยงในระดับปานกลาง และในทางกลับกันบรรยากาศที่มีความเสี่ยงอยู่ในระดับต่ำ จะทำให้ความต้องการด้านความสำเร็จในหน้าที่การงานอยู่ในระดับต่ำด้วย

8) ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Organizational Identity and Group Loyalty) เป็นการรับรู้เกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อกลุ่มของผู้ปฏิบัติงาน ความอบอุ่น และการสนับสนุนซึ่งกันและกันของพนักงาน รวมถึงความภาคภูมิใจที่ได้ปฏิบัติงานให้กับองค์กร จากการศึกษาค้นพบว่าความจงรักภักดีต่อกลุ่มช่วยให้กลุ่มมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันยิ่งขึ้น และช่วยให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

หลังจากผลงานที่เขียนร่วมกันของ Litwin and Stringer (1968) ที่นักวิชาการต่างให้ความสนใจอย่างมาก Stringer (2002) ยังได้พัฒนาองค์ความรู้เรื่องบรรยากาศองค์การอย่างต่อเนื่องกว่า 30 ปี จนสรุปและได้แบ่งมิติของบรรยากาศองค์การออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่

1) ด้านโครงสร้าง (Structure) เป็นการสนองตอบตามความรู้สึกของพนักงานว่า มีการจัดการและมีการระบุหน้าที่และความรับผิดชอบอย่างชัดเจน ระดับโครงสร้างจะมีมากเมื่อพนักงานรู้สึกว่าทุกคนมีการระบุหน้าที่เป็นอย่างดี และระดับโครงสร้างจะมีน้อยเมื่อพนักงานมีความสับสนในภาระหน้าที่และผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจ

2) ด้านมาตรฐาน (Standard) เป็นการวัดถึงความรู้สึกกดดันในการปรับปรุงการปฏิบัติงาน และระดับของความภาคภูมิใจของพนักงานว่ามีการทำงานที่ดี การมีระดับมาตรฐานสูงหมายถึงการที่พนักงานมองเห็นแนวทางที่จะปรับปรุงการปฏิบัติงานอยู่เสมอ และระดับมาตรฐานต่ำแสดงถึงการมีความคาดหวังต่อการปฏิบัติงานในระดับต่ำ

3) ด้านความรับผิดชอบ (Responsibility) เป็นการสนองตอบตามความรู้สึกของพนักงานถึงการเป็นเจ้านายตนเอง และไม่มีการตรวจสอบการตัดสินใจซ้ำๆ โดยผู้อื่น ผู้ที่รู้สึกได้ถึงความรับผิดชอบในระดับสูงจะมีการสนับสนุนการมุ่งแก้ปัญหาด้วยตนเอง ผู้ที่รู้สึกถึงความรับผิดชอบในระดับต่ำจะบ่งชี้ถึงการยอมรับความเสี่ยงและการทดลองแนวความคิดใหม่จะถูกขัดขวาง

4) ด้านการเห็นคุณค่า (Recognition) เป็นการบ่งชี้ว่าพนักงานรู้สึกได้ถึงรางวัลที่ได้รับรางวัลเมื่อทำงานได้ดี การวัดนี้จะมุ่งเน้นไปที่การให้รางวัล หรือการตำหนิตีเดีย และการถูกลงโทษ การมองเห็นคุณค่าในระดับสูง บ่งบอกถึงความสมดุลและความเหมาะสมระหว่างการให้รางวัลและการตำหนิตีเดีย การเห็นคุณค่าในระดับต่ำ หมายถึง รางวัลที่ได้รับไม่มีความสอดคล้องกับผลการ

ปฏิบัติงาน

5) ด้านการสนับสนุน (Support) เป็นการสนองตอบตามความรู้สึกของพนักงานถึงความไว้วางใจและให้การสนับสนุนซึ่งกันและกันที่มีอยู่โดยทั่วไปในกลุ่มการทำงาน การสนับสนุนจะอยู่ในระดับสูงเมื่อพนักงานรู้สึกว่าพวกเขาเป็นส่วนหนึ่งของทีมงานที่ดี และเมื่อพวกเขาารู้สึกแล้ว เขาจะให้ความช่วยเหลือเมื่อเขาต้องการทำ การสนับสนุนในระดับต่ำ จะเกิดขึ้นเมื่อพนักงานรู้สึกโดดเดี่ยว และแยกจากผู้อื่น

6) ด้านความผูกพัน (Commitment) เป็นการสนองตอบตามความรู้สึกของพนักงานถึงความภาคภูมิใจในความสัมพันธ์ที่มีต่อองค์กร และระดับความผูกพันต่อเป้าหมายขององค์กร การมีความรู้สึกผูกพันในระดับสูงจะเกี่ยวเนื่องกับการมีความจงรักภักดีอย่างสูงของพนักงาน การมีความผูกพันในระดับต่ำ หมายถึง การที่พนักงานไม่มีความรู้สึกห่วงใยหรือสนใจต่อองค์กรและเป้าหมายขององค์กร

Kelly (1980 อ้างถึงใน เรื่องศักดิ์, 2542: 35) ได้ให้ทัศนะว่า การศึกษาถึงบรรยากาศขององค์กรเป็นการศึกษาถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคลากรในองค์กรที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ต่อไปนี้ที่ปรากฏหรือได้รับรู้จากองค์กร

1) โครงสร้างองค์กร เป็นการศึกษาความรู้สึกนึกคิดของบุคคลเกี่ยวกับอุปสรรคในการทำงานที่เกิดจากโครงสร้างขององค์กร เช่น กฎระเบียบ การรวมอำนาจในการบังคับบัญชา เป็นต้น

2) ความเป็นอิสระ เป็นการศึกษาถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคลากรในองค์กรเกี่ยวกับความมีอิสระในการแสดงความคิดเห็น โดยไม่มีผลกระทบต่องานของเขาในทางลบ

3) รางวัลตอบแทน เป็นการศึกษาถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคลากรเกี่ยวกับการให้รางวัลตอบแทน เช่น การเลื่อนขั้น เลื่อนเงินเดือนว่ามีความยุติธรรมเป็นไปตามความสามารถและผลการปฏิบัติงานหรือไม่

4) ความอบอุ่นและการให้การสนับสนุน เป็นการศึกษาถึงภาวะผู้นำว่าให้ความอบอุ่นหรือให้การสนับสนุนแก่บุคลากรในการทำงานมากน้อยเพียงใด

5) การยอมรับความขัดแย้ง เป็นการศึกษาถึงความรู้สึกของบุคลากรที่มีต่อความคิดเห็นที่แตกต่างกันของสมาชิกแต่ละคนในองค์กรในลักษณะที่ยอมรับว่าความขัดแย้งเป็นเรื่องธรรมดาที่เกิดขึ้นได้และควรมีการเผชิญหน้ากันหรือแสดงออกซึ่งความขัดแย้งอย่างเปิดเผยมากกว่าการเก็บกดความขัดแย้งนั้นไว้

6) การเปลี่ยนแปลงในองค์กร เป็นการศึกษาถึงความรู้สึกของบุคลากรที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงภายหลังจากการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้กับองค์กร ตลอดจนความรู้สึกที่มีต่อความสามารถและความยืดหยุ่น ขององค์กรเพื่อรองรับวิทยาการจัดการสมัยใหม่

จากการได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับบรรยากาศองค์การอาจสรุปได้ว่าองค์การทุกองค์การมีบรรยากาศองค์การที่แตกต่างกัน โดยขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกของแต่ละองค์การ อย่างไรก็ตาม บรรยากาศองค์การแม้จะมีความแตกต่างกันแต่ก็จะมีองค์ประกอบหลักๆ ที่ก่อให้เกิดบรรยากาศองค์การคล้าย ๆ กัน ได้แก่ โครงสร้างขององค์การ การดำเนินงานขององค์การ การเน้นย้ำความสำเร็จในการทำงาน ความมั่นคงในการทำงาน การเปิดเผยเป็นกันเองกับเพื่อนร่วมงาน ความขัดแย้งในองค์การ การได้รับการยอมรับ ความสามารถและยืดหยุ่นขององค์การ ความรับผิดชอบ การติดต่อสื่อสาร เป็นต้น และจากแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับบรรยากาศองค์การที่กล่าวมา ผู้วิจัยเห็นว่าองค์ประกอบบรรยากาศองค์การตามแนวคิดของ Stringer (2002) ซึ่งได้พัฒนามาจาก Litwin and Stringer (1968) เหมาะสมที่จะใช้เป็นตัวชี้วัดการรับรู้บรรยากาศองค์การมากที่สุด เนื่องจากแนวคิดดังกล่าวได้อธิบายถึงอิทธิพลของบรรยากาศองค์การที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยในครั้งนี้ โดยได้แบ่งการรับรู้บรรยากาศองค์การออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านโครงสร้าง ด้านมาตรฐาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านการเห็นคุณค่า ด้านการสนับสนุน และด้านความผูกพัน

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรให้บริการ

1. ความหมายของการบริการ

มีผู้ให้ความหมายของคำว่า “การบริการ” หลายท่าน ดังนี้

สุมนา (2544: 3) กล่าวว่า บริการ หมายถึง กิจกรรม ประโยชน์หรือความพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า

สมิต (2543: 13) ได้กล่าวว่า บริการ หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่าง ๆ ความหมายโดยทั่วไปที่มักกล่าวถึงคือ การกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น

วีรพงษ์ (2542: 6) ให้ความหมายของคำว่า บริการ คือ พฤติกรรม กิจกรรม หรือการกระทำที่บุคคลหนึ่งทำให้อีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการส่งมอบบริการอันนั้น

ชัยสมพล (2546: 18) ได้กล่าวไว้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Good) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

Haksever, et al. (2000: 3) กล่าวว่า การบริการ คือ กิจกรรมทางเศรษฐศาสตร์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านเวลา สถานที่ รูปแบบ หรือจิตใจ ซึ่งการบริการเป็นการกระทำหรือพฤติกรรมที่

สัมผัสจับต้องไม่ได้

Fitzsimmons and Fitzsimmons (2001: 5) ได้กล่าวไว้ว่า การบริการ คือ สิ่งที่สูงลอยหายไปตามกาลเวลา ไม่สามารถสัมผัสจับต้องได้ เป็นการปฏิบัติเพื่อลูกค้าในฐานะผู้ผลิต

จากความหมายของการบริการที่กล่าวมาแล้วสรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรม พฤติกรรม หรือการปฏิบัติรับใช้ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์หรืออำนวยความสะดวกแก่ผู้อื่น

2. คุณลักษณะของการบริการ

สมิต (2543: 17-18) ได้แยกพิจารณาลักษณะของการบริการ ออกได้ดังนี้

1) เป็นพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อผู้อื่น โดยทั่วไปจะเห็นได้จากการกระทำ การบริการจะมีการแสดงออกในลักษณะของสีหน้า แววตา กิริยาท่าทาง คำพูดและน้ำเสียง การแสดงพฤติกรรมที่ปรากฏให้เห็นจะเกิดผลได้ทันที เกิดผลขึ้นได้ตลอดเวลาและแปรผลได้รวดเร็ว อันเป็นลักษณะเฉพาะของการบริการ

2) เป็นการกระทำที่สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจ การบริการจะเป็นเช่นไร ขึ้นอยู่กับความคิดของผู้ให้บริการซึ่งจะแสดงออกถึงอารมณ์ ความรู้สึก ความเชื่อ ความปรารถนา และค่านิยม ถ้าสิ่งเหล่านี้สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจที่ดีก็ย่อมจะมีผลต่อการบริการที่ดีตามไปด้วย

3) เป็นสิ่งที่บุคคลได้กระทำขึ้นอันเชื่อมโยงถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการ การบริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคนเป็นผู้ให้บริการและต้องการคนเป็นส่วนสำคัญในการสร้างบริการที่ดี เพราะกิจกรรมใด ๆ เกี่ยวกับการบริการคนจะต้องมีส่วนสัมพันธ์ในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการเป็นผู้ดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการ

3. คุณภาพของการบริการ

วีรพงษ์ (2542: 14) สรุปถึงคุณภาพในการบริการ คือ

- 1) ความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
- 2) ระดับความสามารถของการบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้า
- 3) ระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากการได้รับการบริการแล้ว

นั่นหมายถึงในการประเมินระดับคุณภาพของการบริการ เราอาจใช้ปัจจัยหรือองค์ประกอบของบริการในลักษณะต่าง ๆ ซึ่งสามารถตรวจสอบ ทดสอบ ประเมินค่า ให้หน่วยคะแนนหรือระดับความพึงพอใจในลักษณะที่ผู้อื่นส่วนมากยอมรับได้ ยกตัวอย่างเช่น เคนเตอร์รับฝาก/ ถอนของธนาคาร อาจใช้หน่วยวัดระดับคุณภาพบริการ คือ ความรวดเร็ว ความถูกต้อง ความสุภาพ

ของเจ้าหน้าที่ อัยาศัยของเจ้าหน้าที่ และความสะอาด เป็นต้น ดังนั้นในการประเมินคุณภาพของสถานบริการต่าง ๆ จึงต้องพิจารณาระดับความพึงพอใจที่ลูกค้าได้รับจากปัจจัยคุณภาพ (Service Characteristics and Attributes) ต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาที่ใช้บริการอยู่นั้น จนเสร็จสิ้นกระบวนการรับบริการหนึ่ง ๆ หรือเสร็จวงจรการบริการหนึ่ง ๆ (Service Cycle)

นอกจากนี้ Albrecht (1987 อ้างถึงใน วีรพงษ์, 2542: 96) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญของการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าไว้ว่าควรประกอบด้วยปัจจัยหลัก 3 ปัจจัย ซึ่งแต่ละปัจจัยเปรียบเสมือนด้านแต่ละด้านของรูปสามเหลี่ยม (ด้านเท่า) รูปหนึ่ง ภายในบรรจุวงกลม ซึ่งเปรียบเสมือนลูกค้า หากขาดปัจจัยตัวใดตัวหนึ่งไป สามเหลี่ยมรูปนั้นก็จะเป็นรูปสามเหลี่ยมต่อไปไม่ได้ นั่นคือ จะไม่อาจให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าได้ หลักสำคัญในการบรรลุเป้าหมายบริการ คือ การสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าผู้ใช้บริการก็คือ จะต้องจัดการหรือบริหารงาน เพื่อให้ปัจจัยแห่งสามเหลี่ยมแห่งการบริการนี้ มีความเหมาะสมและสอดคล้องกัน คือ กลยุทธ์ธุรกิจ ระบบงาน และพนักงาน

Parasuraman (1988 อ้างถึงใน ธาณินทร์, 2541: 56) ได้กำหนดมิติที่จะใช้วัดคุณภาพในการให้บริการ (Dimension of Service Quality) ไว้ 10 ด้าน คือ

- 1) สิ่งที่จับต้องได้ (Tangibility) ได้แก่ หลักฐานในการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ คือ การอำนวยความสะดวกทางกายภาพ การแต่งตัวของบุคลากร มีอุปกรณ์พร้อมที่จะให้บริการ
- 2) ความน่าเชื่อถือได้ของสินค้าบริการ (Reliability) หมายถึง ความพร้อมที่จะให้บริการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ความพร้อมในการให้บริการอย่างถูกต้อง สามารถให้บริการตามกำหนดเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้า
- 3) ความสามารถในการตอบสนอง (Responsiveness) คือ ความเต็มใจพร้อมที่จะให้บริการในทันที
- 4) ศักยภาพ (Competency) หมายถึง ทักษะความรู้ที่จะปฏิบัติงานนั้น ๆ ความชำนาญที่จะต้องติดต่อกับลูกค้า และหน่วยงานที่จะต้องสนับสนุนกับงานบริการ
- 5) อัยาศัยไมตรี (Courtesy) หมายถึง ความสุภาพ การรู้จักให้เกียรติ การคำนึงถึงความรู้สึกของผู้อื่น การรู้จักสร้างมิตรภาพและมนุษยสัมพันธ์ให้เกิดขึ้น
- 6) ความเชื่อถือและไว้ใจได้ (Creditability) เกี่ยวข้องกับความมีคุณค่า น่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ ซึ่งสัมพันธ์กับการคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของลูกค้า ต้องอาศัยชื่อเสียงของบริษัทและบุคลิกภาพส่วนตัวของผู้ให้บริการเป็นสำคัญ
- 7) การให้ความมั่นคงและปลอดภัย (Security) รวมถึงความเลียง และความเคลือบแคลงสงสัยในบริการ การเก็บรักษาความลับของลูกค้าและความมั่นคงทางการเงิน

8) การเข้าถึง (Accessibility) หมายถึง ความสะดวกและความคล่องตัวที่ลูกค้าได้รับในการติดต่อ มีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน ใช้เวลาน้อย ลูกค้าไม่ต้องรอนาน

9) การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ความสามารถในการให้ข้อมูลแก่ลูกค้า ด้วยภาษาที่ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย ทำให้ลูกค้าไม่สับสนในขั้นตอนการให้บริการ ตลอดจนสามารถสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าเมื่อลูกค้าเกิดปัญหา

10) การเข้าใจรู้จักลูกค้าจริง (Understanding) และความพยายามเข้าใจความต้องการของลูกค้า ความสนใจลูกค้าเป็นรายบุคคล สามารถจำลูกค้าประจำของตนได้

ต่อมาภายหลัง Parasuraman (1988 อ้างถึงใน ชานินทร์, 2541: 59) ได้ลดเกณฑ์ในการวัดคุณภาพการให้บริการจาก 10 ด้าน เหลือเพียง 5 ด้าน เรียกว่า “Service Quality หรือ SERVQUAL” ซึ่งแบ่งออกได้ ดังนี้

1) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าจะได้รับการดูแลห่วงใยและความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ดูน่าเสน่อออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้นได้ชัดเจนขึ้น

2) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการได้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือสามารถให้ความไว้วางใจได้

3) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง และรวดเร็ว

4) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะ ความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกิริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

5) ด้านการรู้สึกและเข้าใจในผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับบริการแต่ละคน

4. ความหมายของพฤติกรรมกาให้บริการ

มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกาให้บริการหลายท่าน ดังนี้

ลีทวิชค วรานูสันติกุล (2533: 4) ได้กล่าวว่าพฤติกรรม หมายถึง การกระทำของอินทรีย์หรือสิ่งมีชีวิต การกระทำที่ว่นรวมทั้งการกระทำที่เกิดขึ้นทั้งที่ผู้กระทำรู้สึกตัวและไม่รู้สึกตัว ในขณะที่กระทำ รวมทั้งการกระทำที่สังเกตได้และไม่ได้ โดยนักจิตวิทยาได้แบ่งพฤติกรรมออกเป็น 2 ประเภท คือ พฤติกรรมภายใน หมายถึง การกระทำที่ผู้อื่นสังเกตไม่ได้โดยตรงส่วนมากต้องอาศัยการกระตุ้นหรือจัดสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมภายนอก หมายถึง การกระทำที่ผู้อื่นสามารถสังเกตได้ เช่น ร้องไห้ ยิ้ม พุด เป็นต้น ในส่วนของพฤติกรรมทางสังคม หมายถึง การกระทำหรือการตอบสนองของบุคคลต่อสิ่งเร้าทางสังคมหรือการตอบสนองของบุคคลต่อคนอื่นๆ

Weber (1966 อ้างถึงใน รุ่งทิพย์, 2543: 33) นักวิชาการชาวเยอรมัน กล่าวว่า พฤติกรรมกาให้บริการแบบไม่คำนึงถึงตัวบุคคลเป็นพฤติกรรมกาให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุด กล่าวคือ เป็นการบริการที่ไม่ใช้อารมณ์ ทุกคนที่มารับบริการจะได้รับความเสมอภาคเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์ที่อยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

การศึกษาพฤติกรรมกาให้บริการแบบไม่คำนึงถึงตัวบุคคล Katz and Danet (1973 อ้างถึงใน ดลยา, 2544: 34) เห็นว่าต้องศึกษาจากหลักการพื้นฐานของการให้บริการขององค์การราชการ ซึ่งประกอบด้วยหลักการ 3 ประการ คือ

1) การติดต่อสัมพันธ์ จะติดต่อเฉพาะเรื่องงานเท่านั้น (Specificity) เป็นหลักการที่ต้องการให้บทบาทของประชาชนและเจ้าหน้าที่อยู่ในวงจำกัด เพื่อให้การควบคุมเป็นไปตามระเบียบกฎเกณฑ์ และทำได้ง่าย

2) การติดต่อสัมพันธ์ จะใช้หลักทั่วไปคือ ปฏิบัติต่อทุกคนเหมือนกัน (Universalism) เป็นการปฏิบัติโดยเสมอภาคเท่าเทียมที่ประชาชนควรได้รับ

3) ไม่มีความรู้สึกเข้ามาเกี่ยวข้อง (Affective Neutrality) การวางตัวเป็นกลาง หมายถึง การให้บริการโดยไม่มีอารมณ์ ความรู้สึกเข้ามาเกี่ยวข้อง ให้บริการโดยไม่คำนึงถึงความเป็นญาติ เพื่อนหรือคนรู้จัก

จากการศึกษาพฤติกรรมกาให้บริการที่กล่าวมาแล้วข้างต้น สรุปได้ว่า พฤติกรรมกาให้บริการ เป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ใช้บริการ โดยพิจารณาการแสดงออกแห่งการตอบสนองทั้งทางด้านความคิดและความรู้สึกของผู้ให้บริการที่มีต่อผู้ให้บริการ โดยตั้งอยู่บนความเสมอภาคและเท่าเทียมกัน

โดยในการศึกษากครั้งนี้จะใช้แนวคิดของ Parasuraman (1988 อ้างถึงใน ชานินทร์, 2541: 59) ที่เรียกว่า “Service Quality หรือ SERVQUAL” ในการวัดพฤติกรรมการให้บริการที่มีคุณภาพของพนักงานโรงแรม เนื่องจากเป็นแนวคิดที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง และมีความเหมาะสมกับการศึกษาในครั้งนี้ โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และ ด้านการรู้สึกและเข้าใจในผู้รับบริการ

5. ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการให้บริการ

นักวิชาการหลายท่าน ได้เสนอปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการให้บริการ (อ้างถึงในนิภา, 2535: 18-21) ดังนี้

- 1) ปัจจัยที่เกิดจากลักษณะเฉพาะบุคคล เป็นประเภทของคุณลักษณะบุคคลที่ทำให้เกิดความแตกต่าง คือ
 - 1.1 คุณลักษณะของประชากร เช่น อายุ เชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ ฯลฯ
 - 1.2 คุณลักษณะที่แสดงถึงความรู้ความสามารถ เช่น ความรู้ ความสามารถ ความถนัด ความชำนาญ ฯลฯ
 - 1.3 คุณลักษณะทางจิตวิทยา ได้แก่ ทักษะคิด ค่านิยม การรับรู้ บุคลิกภาพ ฯลฯ
 - 1.4 แรงจูงใจ เป็นความจำเป็น ความต้องการ แรงขับ แรงกระตุ้น อันเกิดภายในตัวบุคคล ผลักดันนำไปสู่เป้าหมาย
- 2) ปัจจัยที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กร
 - 2.1 องค์กรที่มีลักษณะเป็นทางการ ได้แก่ มีโครงสร้าง เป้าหมาย วัตถุประสงค์ขององค์กรที่แน่นอน มีกฎระเบียบที่เป็นแนวทางปฏิบัติ มุ่งเน้นความสำเร็จในงาน อาจไม่คำนึงถึงการบริการ เพราะกฎระเบียบคิดเพียงอย่างเดียวคืองาน งานบริการจะไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว ต้องอาศัยลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานเข้ามาเกี่ยวข้อง งานบริการเป็นงานที่ต้องเอาใจผู้รับบริการให้เกิดความประทับใจสูงสุด ซึ่งผลที่ตามมาคือการซื้อสินค้านั่นเอง
 - 2.2 องค์กรที่ไม่เป็นทางการ เกิดขึ้นโดยธรรมชาติของมนุษย์ ไม่มีระเบียบกฎเกณฑ์ข้อบังคับ เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อ อุดมการณ์ การรวมตัวกันเป็นไปตามความพึงพอใจกันเป็นการส่วนตัว หลักของงานบริการบางครั้งเป็นเรื่องของความพึงพอใจส่วนตัวในการบริการของพนักงาน ซึ่งหมายถึงการชอบ-ไม่ชอบของผู้รับบริการที่เข้ามาใช้บริการและซื้อสินค้าการสร้าง ความพึงพอใจในองค์กรอย่างไม่เป็นทางการจะต้องมีความยืดหยุ่นในองค์กรเกี่ยวกับงานบริการ ซึ่งจะเกิดผลดีต่อไปในองค์กร

3) ปัจจัยที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร

3.1 สภาพทั่วไป ได้แก่ สภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ และการเมือง

3.2 กลุ่มและสถาบัน ได้แก่ กลุ่มผู้รับบริการหรือผู้รับบริการ

ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรและพฤติกรรมของบุคคล

บรรยากาศองค์กรเป็นความเข้าใจ หรือการรับรู้ของสมาชิกในองค์กรที่มีต่อสภาพแวดล้อมของการทำงาน ก่อให้เกิดแรงจูงใจ ความพึงพอใจ ซึ่งเป็นแรงกดดันสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลในการทำงานและทุกสิ่งทุกอย่างในองค์กร คุณลักษณะของความสัมพันธ์ทางสังคมซึ่งเกิดจากสมาชิกในองค์กร และระหว่างองค์กรกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรรับรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นแรงกดดันที่สำคัญยิ่งต่อพฤติกรรมการปฏิบัติงานของบุคลากรในการทำงาน บุคลากรที่มีความพึงพอใจในบรรยากาศองค์กรจะปฏิบัติงานได้ดี ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านที่ได้ให้ความเห็นในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานไว้ดังนี้

ธงชัย สันติวงษ์ (2537: 304) กล่าวถึงความสัมพันธ์ที่มีระหว่างองค์กรกับสภาพแวดล้อมและพฤติกรรมองค์กร จะมีส่วนที่เกี่ยวข้องกันในหลายทาง คือ ความสัมพันธ์ที่มีต่อสภาพแวดล้อมและวิธีการทำงานต่อสภาพแวดล้อม จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมองค์กรเป็นหลายรูปแบบต่างกัน ขึ้นอยู่กับวิธีที่องค์กรนำมาใช้ในการทำงาน เพื่อปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงเป็นสำคัญ ขณะเดียวกันแบบของพฤติกรรมที่เป็นอยู่อาจมีอิทธิพลเหนือลักษณะของสภาพแวดล้อมได้ จะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์ที่มีระหว่างองค์กรกับสภาพแวดล้อมและพฤติกรรมองค์กรต่างก็มีอิทธิพลไปมาระหว่างกันเสมอ

ณรงค์ เสงี่ยมประชา (2538: 208) กล่าวถึงในเรื่องของพฤติกรรมว่าเกิดจากความต้องการของมนุษย์ อาจเกิดจากแรงกระตุ้นภายในหรือแรงกระตุ้นภายนอกร่างกาย ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมรอบตัวเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม

Steers (1977 อ้างถึงใน นฤมล, 2545: 10) ให้ความเห็นในเรื่องบรรยากาศองค์กรว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญ ที่ทำให้การดำเนินงานขององค์กรเกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพและเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมสำคัญของบุคคลที่ทำงานในองค์กรนั้นๆ ด้วย

Arnold & Feldman (1986 อ้างถึงใน ยุภาพร, 2550: 76) ได้ทำการศึกษาพบว่าบรรยากาศองค์กรเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความเครียดในการทำงาน ซึ่งหากบุคคลไม่สามารถยับยั้งหรือปรับตัวให้เข้ากับภาวะเครียดนั้น ก็อาจถ่ายทอดและแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม มีผลกระทบต่อการทำงานและยังบั่นทอนอารมณ์และจิตใจ ทำให้เกิดความท้อแท้เบื่อหน่ายในการทำงานได้

Schneider (1990 อ้างถึงใน ยุภาพร, 2550: 76) ได้ศึกษาบรรยากาศองค์การในรูปของนามธรรม คือ ศึกษาในรูปของการรับรู้ของสมาชิกเกี่ยวกับสภาพต่างๆ ขององค์การ ได้กล่าวไว้ว่าการรับรู้เปรียบเหมือนการกลั่นกรองประสบการณ์ต่างๆ จากภายนอกเข้าสู่สมาชิกในองค์การ คุณลักษณะต่างๆ ขององค์การที่สะท้อนออกมาอาจไม่เป็นความจริงทั้งหมด แต่เป็นลักษณะที่ถูกรับรู้ด้วยค่านิยม ความต้องการ ความคาดหวังของสมาชิกในลักษณะต่างๆ จะทำให้เข้าใจใกล้ความเป็นจริงเกี่ยวกับผลกระทบในเรื่องพฤติกรรมต่างๆ ของคน มีปฏิกริยาตอบสนองต่อการรับรู้ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าบรรยากาศองค์การเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การปฏิบัติงานของบุคคลในองค์การ การเปลี่ยนแปลงสิ่งต่างๆ ภายในองค์การมีผลกระทบต่อบรรยากาศและประสิทธิภาพในการทำงานของบุคคลภายในองค์การ การจัดบรรยากาศองค์การให้เหมาะสมและเอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานนั้น มีส่วนช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบุคคลในองค์การมากขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นฤมล อาษาไกรสร (2545) ศึกษาเรื่อง “การรับรู้บรรยากาศองค์การและคุณภาพในงานบริการของเจ้าหน้าที่รับฝาก-ถอนเงินหน้าเคาน์เตอร์: กรณีศึกษาธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร” เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้บรรยากาศองค์การที่มีต่อคุณภาพในงานบริการตามการรับรู้ของหัวหน้างาน ของเจ้าหน้าที่รับฝาก-ถอนเงิน และเพื่อพยากรณ์คุณภาพในการให้บริการ โดยใช้แบบสอบถามตาม SERVQUAL MODEL กลุ่มตัวอย่างคือ เจ้าหน้าที่รับฝาก-ถอนเงินหน้าเคาน์เตอร์ของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 สาขา รวม 284 คน ผลการวิจัยพบว่า เจ้าหน้าที่รับฝาก-ถอนเงินหน้าเคาน์เตอร์ มีการรับรู้บรรยากาศองค์การอยู่ในระดับปานกลาง มีคุณภาพในงานบริการอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างไปทางสูง การรับรู้บรรยากาศองค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพในการบริการ กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีการรับรู้บรรยากาศองค์การดี จะมีคุณภาพในการให้บริการดีด้วย ตัวแปรบรรยากาศองค์การที่มีอิทธิพลสูงในการทำนายคุณภาพในงานบริการ ได้แก่ สัมพันธภาพในหน่วยงานและการบริหารงานของผู้บังคับบัญชา โดยมีอำนาจทำนายได้ร้อยละ 10.7

ประจักษ์ จงอัญญากุล (2546) ศึกษาเรื่อง “การรับรู้บรรยากาศและพฤติกรรมการทำงาน ของพนักงาน: กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมกระดาษลูกฟูกแห่งหนึ่ง” เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้บรรยากาศองค์การที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ พนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมกระดาษลูกฟูกแห่งหนึ่งซึ่งตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 136 คนผลการวิจัยพบว่า การรับรู้บรรยากาศองค์การด้านความอบอุ่นและการให้การสนับสนุน และด้านการเปลี่ยนแปลงในองค์การสามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานโดยรวมของพนักงาน โรงงานอุตสาหกรรมกระดาษลูกฟูกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 13.4 และตัวแปรที่พยากรณ์พฤติกรรมการทำงานโดยรวมได้ดีที่สุดคือการรับรู้บรรยากาศองค์การด้านความอบอุ่นและการให้การสนับสนุน

ชนเนษฎ์ มีแสง (2547) ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะและบรรยากาศองค์การกับความพึงพอใจในงานของพนักงาน โรงแรมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี” กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานระดับปฏิบัติการของโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน จากการศึกษาพบว่าพนักงานมีการรับรู้ต่อบรรยากาศองค์การด้านความรับผิดชอบ ความสามัคคี ด้านการสนับสนุนและด้านมาตรฐานการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก ส่วนบรรยากาศองค์การด้านโครงสร้างของงาน ด้านความขัดแย้ง ด้านรางวัลและผลตอบแทนอยู่ในระดับปานกลาง

กัญญา เทพสวัสดิ์ (2550) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการให้บริการ ของพนักงาน ให้บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ของบริษัทให้ข้อมูลทางโทรศัพท์แห่งหนึ่ง” เพื่อศึกษาลักษณะบุคลิกภาพ ทักษะคิต่อต้านบริการ การรับรู้บรรยากาศองค์การและพฤติกรรมการให้บริการ ของพนักงาน ให้บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานให้บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ของบริษัทให้ข้อมูลทางโทรศัพท์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร จำนวน 148 คน โดยในการศึกษาการรับรู้บรรยากาศองค์การ ใช้แบบวัดตามแนวคิดของ Stringer (2002) ส่วนในการศึกษาพฤติกรรมการให้บริการ ใช้แบบวัดตามแนวคิดของ SERVQUAL ผลการวิจัยพบว่าพนักงาน ให้บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ มีการรับรู้บรรยากาศองค์การโดยรวมอยู่ในระดับดี และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า พนักงานให้บริการข้อมูลทางโทรศัพท์มีการรับรู้บรรยากาศองค์การด้านโครงสร้าง ด้านมาตรฐาน ด้านความรับผิดชอบ และด้านการสนับสนุนอยู่ในระดับดี และมีการรับรู้บรรยากาศองค์การด้านการเห็นคุณค่าและด้านความผูกพันอยู่ในระดับปานกลาง พนักงาน ให้บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ที่มีพฤติกรรมการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า พนักงานให้บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ที่มีพฤติกรรมการให้บริการด้านการ

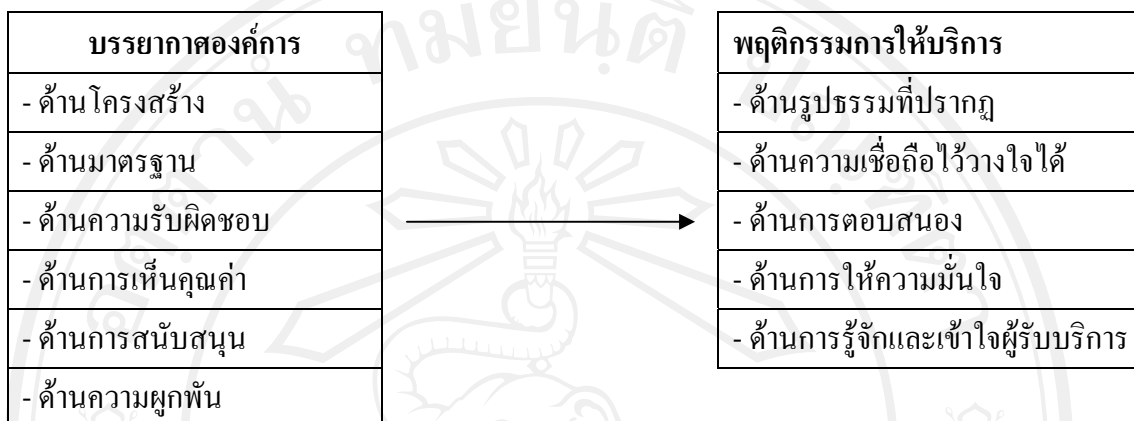
ตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านการรู้สึกและเข้าใจในผู้รับบริการอยู่ในระดับดีมาก และมีพฤติกรรมการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้อยู่ในระดับดี

นายิกา มารุพันธ์ (2550) ศึกษาเรื่อง “การรับรู้บรรยากาศองค์การ ทักษะคิดต่อการทำงานกับพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)” กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินในกลุ่มที่บินสายยุโรป บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงานในปี 2548 จำนวน 177 คน ผลการวิจัยพบว่าพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีการรับรู้บรรยากาศองค์การโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และมีพฤติกรรมการให้บริการอยู่ในระดับสูง การรับรู้บรรยากาศองค์การโดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการให้บริการบนเครื่องบินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

กิณี อินทวง (2551) ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้บรรยากาศองค์การและความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน โรงแรม จังหวัดเชียงใหม่” กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานประจำในโรงแรมจังหวัดเชียงใหม่ที่ได้รับการแบ่งระดับห้าดาว สี่ดาว และสามดาวจากสมาคมโรงแรมไทยจำนวน 9 โรงแรม จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 337 คน ซึ่งในการศึกษาการรับรู้บรรยากาศองค์การ ใช้แบบวัดบรรยากาศองค์การของ Litwin and Stringer (1968) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้บรรยากาศองค์การโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง การรับรู้บรรยากาศองค์การจำแนกตามองค์ประกอบ พบว่า การรับรู้บรรยากาศองค์การด้าน ความเสี่ยงและการรับความเสี่ยง ความอบอุ่น และเอกลักษณ์ขององค์การและความจงรักภักดีของกลุ่มอยู่ในระดับสูง และมีการรับรู้บรรยากาศองค์การด้าน โครงสร้างองค์การ ความรับผิดชอบส่วนบุคคล การให้รางวัลและการลงโทษ การสนับสนุน มาตรฐานของการปฏิบัติงานและความคาดหวัง และความขัดแย้งและความอดทนต่อความขัดแย้ง อยู่ในระดับปานกลาง

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จะเห็นได้ว่าปัจจัยบรรยากาศองค์การมีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการให้บริการ จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์การกับพฤติกรรมการให้บริการของพนักงาน โรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการเสริมสร้างความก้าวหน้าให้แก่หน่วยงานต่อไป

ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการศึกษา



จากแผนภาพ แสดงถึงแนวคิดของการศึกษาบรรยากาศองค์การทั้ง 6 ด้าน คือ ด้านโครงสร้าง ด้านมาตรฐาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านการเห็นคุณค่า ด้านการสนับสนุน และด้านความผูกพัน ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมบริการของพนักงานโรงแรมในรายด้านทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านรูปธรรมที่ปรากฏ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ และพฤติกรรมบริการในภาพรวม