

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการบริการด้วยใจเพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการในองค์กร

Development of a Service Mind Training Curriculum to Enhance Service Quality in Organizations

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์แนวคิดหลักการและแนวทางการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการบริการด้วยใจ (Service Mind) เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการในองค์กร ภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจที่องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนต้องเผชิญกับความคาดหวังของผู้รับบริการที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเนื้อหาบทความนำเสนอความหมายความสำคัญของจิตบริการปัญหาและข้อจำกัดของการให้บริการในองค์กร ตลอดจนกรอบแนวคิดทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์การฝึกอบรมและการจัดการคุณภาพการบริการนอกจากนี้ยังเสนอแนวทางการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการบริการด้วยใจอย่างเป็นระบบตั้งแต่การวิเคราะห์ความต้องการการออกแบบหลักสูตรการดำเนินการฝึกอบรมไปจนถึงการประเมินผล เพื่อเป็นทางเลือกเชิงวิชาการสำหรับองค์กรในการนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาบุคลากรอื่นจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพการให้บริการความพึงพอใจของผู้รับบริการและความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว

คำสำคัญ: จิตบริการ การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม คุณภาพการให้บริการ

Abstract

This academic article aims to synthesize concepts, principles, and approaches for developing a service mind training program to enhance service quality in organizations. In the context of rapid social and economic changes, both public and private organizations face increasing expectations from service recipients. This article presents the meaning and importance of service mind, problems and limitations of organizational service delivery, and relevant theoretical frameworks related to human resource development, training, and service quality management. Furthermore, it proposes a systematic approach to developing a service mind training program, including needs assessment, curriculum design, training implementation, and evaluation. The proposed framework serves as an academic alternative for organizations seeking to apply service mind training to improve service quality, customer satisfaction, and long-term organizational sustainability

Keyword: Service mind, Training program development, Service quality

บทนำ

ในบริบทของสังคมร่วมสมัย องค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้รับบริการ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยเฉพาะการแพร่หลายของสื่อสังคมออนไลน์ได้เปิดโอกาสให้ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการระหว่างองค์กรและแสดงความคิดเห็นต่อประสบการณ์การรับบริการได้อย่างเสรีและกว้างขวางสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้คุณภาพการให้บริการกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือและความสามารถในการแข่งขันขององค์กรอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้องค์กรจึงไม่อาจมองการให้บริการเป็นเพียงหน้าที่ตามบทบาทหรือกระบวนการเชิงเทคนิคหากแต่ต้องตระหนักถึงมิติด้านมนุษย์และความสัมพันธ์ทางสังคมที่แฝงอยู่ในกระบวนการให้บริการอย่างลึกซึ้งแม้หลายองค์กรจะมีการกำหนดนโยบาย มาตรฐาน หรือคู่มือการให้บริการไว้อย่างเป็นระบบ แต่ในทางปฏิบัติกลับยังพบปัญหาด้านคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เช่น ความล่าช้าในการให้บริการ การขาดความเอาใจใส่ต่อ ผู้รับบริการ การสื่อสารที่ไม่เหมาะสม ตลอดจนพฤติกรรมและทัศนคติของบุคลากรที่ไม่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการ ปัญหาเหล่านี้ส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความไม่พึงพอใจ และในหลายกรณีอาจนำไปสู่การ วิพากษ์วิจารณ์องค์กรในวงกว้างผ่านช่องทางสาธารณะงานวิชาการด้านการจัดการคุณภาพการบริการชี้ให้เห็นว่า คุณภาพการบริการไม่ได้ถูกกำหนดจากมุมมองขององค์กรฝ่ายเดียว แต่เกิดจากการรับรู้และการประเมินของ ผู้รับบริการเป็นสำคัญ โดยเฉพาะการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังกับประสบการณ์ที่ได้รับจริง (Parasuraman et al., 1988) ดังนั้น ปัญหาคุณภาพการให้บริการจึงมีใช่เพียงปัญหาเชิงระบบหรือขั้นตอนการทำงาน แต่เป็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรผู้ให้บริการโดยตรง

เมื่อพิจารณาในเชิงลึก จะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านมนุษย์เป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการให้บริการบุคลากรผู้ให้บริการทำหน้าที่เป็นตัวแทนขององค์กรในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการในทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารการให้ข้อมูลการแก้ไขปัญหาหรือการจัดการข้อร้องเรียนคุณภาพของการปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวจึงส่งผลต่อความรู้สึกความพึงพอใจและความไว้วางใจของผู้รับบริการโดยตรงงานวิชาการจำนวนมากชี้ให้เห็นว่าปัญหาการให้บริการในองค์กรส่วนใหญ่มีรากฐานมาจากการขาดทัศนคติที่เหมาะสมต่อการบริการ การขาดความตระหนักในบทบาทหน้าที่ และการไม่เห็นคุณค่าของผู้รับบริการ ซึ่งส่งผลให้การให้บริการขาดความต่อเนื่อง ขาดความเอาใจใส่ และไม่สามารถสร้างความประทับใจได้อย่างยั่งยืน (Zeithaml et al., 2018) จากบริบทดังกล่าว แนวคิดเรื่อง "การบริการด้วยใจ" หรือ "จิตบริการ" (Service Mind) จึงได้รับการนำเสนอและยอมรับอย่างแพร่หลายในแวดวงวิชาการและการบริหารจัดการองค์กร จิตบริการหมายถึงสภาวะทางจิตใจและทัศนคติของบุคลากรที่มีความพร้อมและความเต็มใจในการให้บริการ โดยมุ่งตอบสนองต่อความต้องการของ ผู้รับบริการด้วยความเอื้ออาทร ความรับผิดชอบ และความจริงใจ แนวคิดนี้ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงพฤติกรรมที่แสดงออกภายนอกเท่านั้น แต่ครอบคลุมถึงกระบวนการคิด ค่านิยม และจิตสำนึกภายในของผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของพฤติกรรมการให้บริการที่มีคุณภาพ แนวคิดการบริการด้วยใจจึงสอดคล้องกับแนวคิดการบริการที่ยึดผู้รับบริการเป็นศูนย์กลาง และแนวคิดการจัดการความสัมพันธ์กับผู้รับบริการที่มุ่งสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างองค์กรกับผู้รับบริการ (Grönroos, 2007) อย่างไรก็ตาม การสร้างหรือเสริมสร้างจิตบริการของบุคลากรไม่สามารถเกิดขึ้นได้จากการกำหนดนโยบายหรือการรณรงค์เชิงสัญลักษณ์

เพียงอย่างเดียว หากแต่ต้องอาศัยกระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีความเป็นระบบและ ต่อเนื่อง โดยเฉพาะกระบวนการฝึกอบรมที่มุ่งพัฒนาทั้งความรู้ ทักษะ และทัศนคติให้สอดคล้องกับบทบาทการให้บริการ ทฤษฎีการฝึกอบรมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เสนอว่า การฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพ ควรเริ่มจากการวิเคราะห์ความต้องการฝึกอบรมอย่างรอบด้าน เพื่อระบุช่องว่างของสมรรถนะด้านการบริการ จากนั้นจึงออกแบบหลักสูตรที่เหมาะสมกับบริบทการทำงานจริง และมีการประเมินผลอย่างเป็นระบบเพื่อสะท้อนผลลัพธ์ของการพัฒนา (Noe, 2020)

ในบริบทของการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการบริการด้วยใจจึงเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเชื่อมโยงแนวคิดทางวิชาการเข้ากับการปฏิบัติจริง หลักสูตรดังกล่าวควรมุ่งเน้นการสร้าง ความเข้าใจในคุณค่าของการบริการ การพัฒนาทักษะการสื่อสารและการจัดการอารมณ์ ตลอดจนการปลูกฝังทัศนคติและจิตสำนึกในการให้บริการอย่างยั่งยืน การเรียนรู้ควรเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เข้ารับการฝึกอบรม การเรียนรู้จากประสบการณ์และการสะท้อนคิด เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการปฏิบัติงานอย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการเรียนรู้ของผู้ใหญ่และการพัฒนาสมรรถนะเชิงพฤติกรรมด้วยเหตุนี้บทความวิชาการฉบับนี้จึงมุ่งนำเสนอกรอบแนวคิดและแนวทางการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการบริการ ด้วยใจ เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการในองค์กร โดยมุ่งสังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการคุณภาพการบริการ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการฝึกอบรมเชิงพัฒนา ผู้เขียนคาดหวังว่าบทนำและเนื้อหาที่นำเสนอจะช่วยสะท้อนให้เห็นความสำคัญของจิตบริการในฐานะฐานรากของการให้บริการที่มีคุณภาพ และสามารถใช้เป็นกรอบอ้างอิงเชิงวิชาการสำหรับองค์กร หน่วยงาน และผู้ที่สนใจในการพัฒนาบุคลากร ด้านการบริการ อันจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ และความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว

ส่วนเนื้อหา

1. การบริการด้วยใจหรือจิตบริการ (Service Mind)

การบริการถือเป็นกระบวนการสำคัญที่สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับผู้รับบริการ โดยเฉพาะในยุคที่การแข่งขันด้านคุณภาพการให้บริการทวีความเข้มข้นมากยิ่งขึ้น องค์กรไม่สามารถสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันจากผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการทำงานเพียงอย่างเดียว หากแต่ต้องให้ความสำคัญกับประสบการณ์ของผู้รับบริการ ซึ่งเกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรผู้ให้บริการกับผู้รับบริการในทุกขั้นตอน แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับทฤษฎีคุณภาพการบริการที่มองว่าคุณภาพไม่ได้ถูกกำหนดจากองค์กรฝ่ายเดียว แต่เกิดจากการรับรู้และการประเมินของผู้รับบริการเป็นสำคัญ (Parasuraman et al, 1988) ภายใต้กรอบแนวคิดนี้ บุคลากรผู้ให้บริการจึงเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพการบริการ

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาวิจัยและรายงานทางวิชาการที่ผ่านมา พบว่าปัญหาการให้บริการในองค์กรส่วนใหญ่มักมีรากฐานมาจากปัจจัยด้านบุคลากร เช่นการขาดความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ด้านการบริการ การขาดทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคล การไม่สามารถจัดการอารมณ์และความเครียดในสถานการณ์กดดัน ตลอดจนทัศนคติที่มองการให้บริการเป็นภาระมากกว่าหน้าที่เชิงคุณค่า ปัญหาเหล่านี้ส่งผลให้การให้บริการขาดความต่อเนื่อง ขาดความเอาใจใส่ และไม่สามารถสร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการได้อย่างแท้จริง (Zeithaml et al, 2018) เมื่อพิจารณา

ตามลำดับความสำคัญ ปัจจัยด้านทัศนคติและจิตสำนึกในการบริการจึงนับเป็นประเด็นหลักที่ควรได้รับการพัฒนา ขณะที่ปัจจัยด้านทักษะเชิงเทคนิคและขั้นตอนการปฏิบัติงานถือเป็นประเด็นรองที่สามารถพัฒนาเสริมได้ในลำดับถัดไป

แนวคิดเรื่องการบริการด้วยใจหรือจิตบริการ (Service Mind) จึงถูกนำมาใช้เป็นกรอบในการอธิบายและพัฒนา คุณภาพการให้บริการในองค์กรอย่างแพร่หลาย จิตบริการหมายถึงสภาวะทางจิตใจและทัศนคติของบุคลากรที่มีความพร้อมและความเต็มใจในการให้บริการ โดยคำนึงถึงประโยชน์ ความต้องการ และความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นสำคัญ แนวคิดนี้ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงพฤติกรรมภายนอกที่แสดงออกในขณะที่ให้บริการเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึง กระบวนการคิด ความรู้สึก และค่านิยมภายในของผู้ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการบริการเชิงสัมพันธ์ (Relational Service) ที่เน้นความสัมพันธ์ระยะยาวและความไว้วางใจระหว่างองค์กรกับผู้รับบริการ (Grönroos, 2007) จากมุมมองเชิงการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การเสริมสร้างจิตบริการของบุคลากรจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการเรียนรู้ที่มีการวางแผนอย่างเป็นระบบ การฝึกอบรมจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่องค์กรสามารถนำมาใช้เพื่อปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมในการให้บริการของบุคลากรอย่างเป็นรูปธรรม ทฤษฎีการฝึกอบรมและการพัฒนาเสนอว่าการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพควรประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ การวิเคราะห์ความต้องการฝึกอบรม การออกแบบหลักสูตร การดำเนินการฝึกอบรม และการประเมินผล (Noe, 2020) โดยแต่ละขั้นตอนมีความเชื่อมโยงและส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาอย่างเป็นองค์รวม

ในขั้นตอนการวิเคราะห์ความต้องการฝึกอบรม องค์กรควรพิจารณาทั้งความต้องการในระดับองค์กร ระดับงานและระดับบุคคล เพื่อระบุช่องว่างของสมรรถนะด้านการบริการที่แท้จริง การออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมการบริการด้วยใจควรมุ่งพัฒนาทั้งสามมิติ ได้แก่ 1. มิติด้านความรู้ เช่น ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่และมาตรฐานการบริการ 2. มิติด้านทักษะ เช่น ทักษะการสื่อสาร การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และการจัดการอารมณ์ และ 3. มิติด้านทัศนคติ เช่น ความตระหนักในคุณค่าของผู้รับบริการและความรับผิดชอบต่อวิชาชีพ

แนวทางดังกล่าวสอดคล้อง กับแนวคิดการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ ซึ่งเน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงและการมีส่วนร่วมของผู้เรียน (Kotler & Keller, 2016) การดำเนินการฝึกอบรมควรใช้รูปแบบการเรียนรู้ที่หลากหลายและเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง เช่น การเรียนรู้ผ่านกรณีศึกษา การอภิปรายกลุ่ม การแสดงบทบาทสมมติ และการฝึกปฏิบัติในสถานการณ์จำลอง เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้สะท้อนความคิดและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอย่างเหมาะสม ขณะเดียวกัน การประเมินผลการ ฝึกอบรมควรครอบคลุมทั้งการประเมินผลลัพธ์ด้านการเรียนรู้ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการทำงาน และผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวมขององค์กร เพื่อให้สามารถนำผลการประเมินไปใช้ในการปรับปรุงและ พัฒนาหลักสูตรอย่างต่อเนื่องจากการพิจารณาในภาพรวม จะเห็นได้ว่าการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการบริการด้วยใจมิใช่เพียงกิจกรรมเสริมภายในองค์กร หากแต่เป็นกระบวนการเชิงกลยุทธ์ที่เชื่อมโยงกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ การสร้างความ พึงพอใจแก่ผู้รับบริการ และการเสริมสร้างความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว องค์กรความรู้และแนวทางที่นำเสนอในบทความนี้จึงมีคุณค่าในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ สามารถนำไปใช้เป็นกรอบอ้างอิงสำหรับการพัฒนาบุคลากร ด้านการบริการในบริบทองค์กรที่หลากหลาย

2. คุณภาพการบริการ (Service Quality)

คุณภาพการบริการ คือ ระดับความสามารถขององค์กรในการให้บริการที่ ตรงหรือเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า หากการรับรู้หลังใช้บริการสูงกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะรู้สึกพึงพอใจ แต่ถ้าต่ำกว่าความคาดหวัง จะเกิดความไม่พอใจ แนวคิดสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

2.1 โมเดล SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml & Berry) เป็นโมเดลที่ใช้วัดคุณภาพการบริการผ่าน 5 มิติหลัก ได้แก่

2.1.1 รูปรธรรมของบริการ (Tangibles) คือ สิ่งที่มองเห็นได้ เช่น สถานที่ อุปกรณ์ บุคลากร การแต่งกาย

2.1.2 ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ ความสามารถในการให้บริการได้ถูกต้องและสม่ำเสมอ

2.1.3 การตอบสนอง (Responsiveness) คือ ความรวดเร็วและความเต็มใจในการช่วยเหลือลูกค้า

2.1.4 ความมั่นใจ/ความไว้วางใจ (Assurance) คือ ความรู้ ความสุภาพ และความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่น

2.1.5 ความเอาใจใส่ (Empathy) คือ การดูแลลูกค้าเป็นรายบุคคล เข้าใจความต้องการเฉพาะใจ

2.2 แนวคิดหลักของคุณภาพการบริการ (Service Quality)

เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่าง ความคาดหวัง (Expectation) และ การรับรู้ผลการบริการ (Perception) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่ ความภักดี (Customer Loyalty) การบอกต่อ (Word of Mouth) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive advantage) ตัวอย่างเช่น องค์กรหรือหน่วยงานทางด้านโรงแรมที่ให้บริการเช็คอินรวดเร็ว พนักงานสุภาพ ห้องพักสะอาด และแก้ปัญหาได้ทันที จะถูกมองว่ามีคุณภาพการบริการสูง

2.3 การยกระดับคุณภาพการให้บริการในองค์กร (Improving the quality of service in the organization)

การยกระดับคุณภาพการให้บริการ คือ กระบวนการพัฒนาและปรับปรุงระบบ บุคลากร และกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การบริการ ตอบสนองหรือเกินความคาดหวังของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจ ความภักดี และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งมีแนวทางสำคัญในการยกระดับคุณภาพการบริการ ดังนี้

2.3.1 การพัฒนาบุคลากร (People Development) คือ จัดอบรมทักษะการบริการ (Service Mind, การสื่อสาร และการจัดการข้อร้องเรียน)

2.3.2 การส่งเสริมทักษะด้านอารมณ์และความเข้าใจลูกค้า (Empathy) คือ การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นลูกค้า (Customer-Centric Culture)

2.3.3 การปรับปรุงกระบวนการให้บริการ (Process Improvement) คือ การวิเคราะห์ขั้นตอนการให้บริการ เพื่อลดความซ้ำซ้อน ลดระยะเวลาการรอคอย (Waiting Time) และใช้แนวคิด PDCA (Plan-Do-Check-Act) ในการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

2.3.4 การใช้เทคโนโลยีสนับสนุน (Technology Integration) ในระบบ CRM เพื่อจัดเก็บข้อมูลลูกค้า ระบบคิวออนไลน์ ระบบ Chatbot ระบบติดตามงาน และการเก็บ Feedback แบบเรียลไทม์

2.3.5 วัดและประเมินผลคุณภาพบริการโดยใช้แบบประเมิน SERVQUAL และการวัดความพึงพอใจ (Customer Satisfaction Survey) และการติดตาม KPI เช่น ระยะเวลาการให้บริการ อัตราการร้องเรียน

2.3.6 การจัดการข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ การตอบสนองรวดเร็ว การแสดงความรับผิดชอบ การนำข้อร้องเรียนมาปรับปรุงระบบ

ทั้งนี้ ประโยชน์ของการยกระดับคุณภาพบริการ ได้แก่ การเพิ่มความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า การลดการสูญเสียลูกค้า การเพิ่มภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือขององค์กร และการเพิ่มผลประกอบการในระยะยาว

บทสรุป

บทความวิชาการเรื่องการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการบริการด้วยใจเพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการในองค์กร ได้นำเสนอแนวคิดและกรอบองค์ความรู้ที่สะท้อนความสำคัญของจิตบริการในฐานะปัจจัยเชิงคุณภาพที่มีบทบาทอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กรในบริบทของสังคมร่วมสมัย ซึ่งองค์กรต้องเผชิญกับความคาดหวังของผู้รับบริการที่เพิ่มสูงขึ้นควบคู่ไปกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี การให้บริการจึงไม่ได้เป็นเพียงกระบวนการเชิงเทคนิค หากแต่เป็นกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ พฤติกรรม และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการโดยตรงเนื้อหาของบทความได้ชี้ให้เห็นว่าปัญหาด้านคุณภาพการให้บริการในองค์กรส่วนใหญ่มีรากฐานสำคัญมาจากปัจจัยด้านมนุษย์ โดยเฉพาะการขาดจิตบริการ ทัศนคติที่ไม่สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ และการขาดทักษะด้านการสื่อสารและการจัดการอารมณ์ ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้รับบริการโดยรวม แนวคิดการบริการด้วยใจหรือจิตบริการจึงถูกนำมาใช้เป็นกรอบสำคัญในการอธิบายและพัฒนาคุณภาพการให้บริการ เนื่องจากเป็นแนวคิดที่เน้นการให้บริการด้วยความตั้งใจความเอื้ออาทร และการคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นศูนย์กลาง สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการคุณภาพการบริการและการสร้างคุณค่าที่รับรู้จากมุมมองของผู้รับบริการบทความยังได้เน้นย้ำว่าการพัฒนาจิตบริการของบุคลากรไม่สามารถเกิดขึ้นได้โดยบังเอิญหรือจากการกำหนดนโยบายเพียงอย่างเดียว แต่จำเป็นต้องอาศัยกระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะการฝึกอบรมที่มีการวางแผนอย่างรอบคอบ ตั้งแต่การวิเคราะห์ความต้องการ ฝึกอบรม การออกแบบหลักสูตรที่มุ่งพัฒนาความรู้ ทักษะ และทัศนคติ การดำเนินการฝึกอบรมที่เน้นการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ตลอดจนการประเมินผลและการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง กระบวนการดังกล่าวช่วยสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการให้บริการในทางที่พึงประสงค์ และเสริมสร้างสมรรถนะด้านการบริการของบุคลากรอย่างยั่งยืนในภาพรวม องค์ความรู้ที่นำเสนอในบทความนี้สะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการบริการด้วยใจเป็นกลไกเชิงกลยุทธ์ที่สามารถเชื่อมโยงการพัฒนาบุคลากรเข้ากับเป้าหมายด้านคุณภาพการให้บริการขององค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรม การลงทุนในการพัฒนาจิตบริการของบุคลากรไม่เพียง ช่วยยกระดับความพึงพอใจและความประทับใจของผู้รับบริการเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ และความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว บทความนี้จึงมีคุณค่าในเชิงวิชาการในการ สังเคราะห์แนวคิด และแนวทางการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการบริการด้วยใจและมีคุณค่าในเชิง ปฏิบัติในการเป็นกรอบอ้างอิงสำหรับ องค์กรและหน่วยงานที่มุ่งพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ของหน่วยงานและองค์กรถึงการพัฒนาประสิทธิภาพส่วนบุคคล ตลอดจนการเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อยอดสำหรับผู้สนใจ

1. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา (เพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ ใคร หน่วยงานใด อย่างไร)

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา จากการสังเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตร ฝึกอบรมการบริการ ด้วยใจ องค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชนสามารถนำแนวคิดและแนวทางที่นำเสนอไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาคุณภาพ การให้บริการอย่างเป็นระบบ โดยควรเริ่มจากการตระหนักถึงความสำคัญของจิตบริการในฐานะสมรรถนะหลักของ บุคลากรทุกระดับ ไม่จำกัดเฉพาะตำแหน่งที่ต้องให้บริการโดยตรงเท่านั้น แต่ควรครอบคลุมถึงบุคลากรสายสนับสนุน และผู้บริหาร เนื่องจากการบริการ ด้วยใจเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ต้องอาศัยความร่วมมือและแบบอย่างจากทุกระดับของ องค์กรหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ควรนำกรอบการพัฒนาหลักสูตร ฝึกอบรมการ บริการด้วยใจไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและดำเนินการฝึกอบรม โดยเริ่มจากการ วิเคราะห์ความต้องการ การฝึกอบรมที่สะท้อนปัญหาและบริบทการให้บริการจริงขององค์กร หลักสูตรควรมุ่ง พัฒนาบุคลากรในสามมิติหลัก ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และมาตรฐานการให้บริการทักษะด้านการสื่อสารการแก้ไขปัญหา และการจัดการอารมณ์ และทัศนคติหรือจิตสำนึกในการให้บริการอย่าง มีคุณค่า การดำเนินการฝึกอบรมควรเน้นกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมและการเรียนรู้จากประสบการณ์ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการปฏิบัติงานอย่างแท้จริงในระดับ องค์กร ควรมีการบูรณาการแนวคิดการบริการด้วยใจเข้าไปในระบบการบริหารจัดการ เช่น การกำหนดจิตบริการเป็น ส่วนหนึ่งของสมรรถนะหลักการเชื่อมโยงผลการฝึกอบรมกับระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน และการส่งเสริมให้เกิด บรรยากาศการทำงานที่เอื้อต่อการแสดงออกถึงจิตบริการอย่าง ต่อเนื่อง แนวทางดังกล่าวจะช่วยให้การพัฒนาจิต บริการไม่เพียงกิจกรรมระยะสั้น แต่เป็นกระบวนการพัฒนาที่ยั่งยืนและสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป (ต้องเกี่ยวเนื่องต่อยอดจากบทความนี้) สำหรับประเด็นในการศึกษา ครั้งต่อไปควรศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป สำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต ควรมีการต่อยอดจากบทความนี้โดย ดำเนินการวิจัยเชิงประจักษ์ เพื่อศึกษาประสิทธิผลของหลักสูตรฝึกอบรมการบริการด้วยใจในบริบทขององค์กรที่ หลากหลาย เช่น การวิจัยเชิงทดลองหรือกึ่งทดลองเพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์ก่อนและหลังการฝึกอบรม รวมถึงการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างระดับจิตบริการของบุคลากรกับความพึงพอใจของผู้รับบริการและผลการดำเนินงานขององค์กร นอกจากนี้ ควรมีการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาจิตบริการ เช่น บทบาทของผู้นำ วัฒนธรรมองค์กร ระบบแรงจูงใจ หรือสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่มีความครอบคลุมและ สามารถอธิบายปรากฏการณ์ด้านการบริการได้อย่างรอบด้านมากยิ่งขึ้นการศึกษาในประเด็นดังกล่าวจะช่วยเสริมสร้าง ฐานความรู้ทางวิชาการ และสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพการให้บริการขององค์กรในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1994). Improving service quality in America: Lessons learned. *Academy of Management Executive*, 8(2), 32–45.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Grönroos, C. (2007). *Service management and marketing: Customer management in service competition* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Noe, R. A. (2020). *Employee training and development* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Wiley. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing* (7th ed.). McGrawHill.