

บทที่ 1

บทนำ



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันองค์กรต่างๆ ในประเทศไทย ได้นำหลักการเรื่องสมรรถนะ (Competency) เข้ามาใช้ในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์เพิ่มขึ้น เนื่องจากองค์กรต่างๆ ได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ของหลักการเกี่ยวกับสมรรถนะ ในการพัฒนาขีดความสามารถหรือศักยภาพของบุคลากร (Shermon, 2004; สุกัญญา รัศมีธรรมโชติ, 2548; การบินไทย, 2549) ให้สอดคล้องกับเป้าหมาย วิสัยทัศน์ ภารกิจ และกลยุทธ์ทางธุรกิจขององค์กร (วัชระ บุญธีรพร, 2549; การบินไทย, 2549) เพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) (Prahalad and Hamel, 1990 อ้างถึงใน อานนท์ ศักดิ์วีระวิทย์, 2547; Shermon, 2004) และการเติบโตขององค์กรในระยะยาว (ปูนซิเมนต์ไทย, 2549)

แนวคิดเรื่อง สมรรถนะ หรือ Competency สามารถนำมาใช้ในการวางแผน ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Planning) การสรรหาและการคัดเลือก (Recruitment and Selection) การฝึกอบรมและพัฒนา (Training and Development) การวางแผนสายอาชีพ และการสืบทอดตำแหน่ง (Career Planning and Succession Planning) การบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management) ตลอดจน การตีค่างานและการบริหารค่าจ้างและเงินเดือน (Job Evaluation & Wage and Salary Administration) การเลื่อนตำแหน่ง การโยกย้าย และการเลิกจ้าง (Promotion, Rotation and Termination) (ณรงค์วิทย์ แสนทอง, 2546; อานนท์ ศักดิ์วีระวิทย์, 2547; ชูชัย สมितिไกร, 2547; Shermon, 2004) หรือเรียกว่า การบริหาร ทรัพยากรมนุษย์บนพื้นฐานสมรรถนะ (Competency-Based Human Resource Management) ซึ่งมีแนวโน้มที่จะทวีบทบาทสำคัญยิ่งขึ้นในประเทศไทย (สุกัญญา รัศมีธรรมโชติ, 2548; การบินไทย, 2549)

จากผลการสำรวจองค์กร 300 แห่งในประเทศไทย โดยสมาคมการจัดการงานบุคคล แห่งประเทศไทย หรือ PMAT (Personnel Management Association of Thailand) พบว่า องค์กรที่นำแนวคิดเรื่องสมรรถนะมาใช้แล้วมีถึง 64% โดยอยู่ในระยะเริ่มต้น 38% และ อยู่ในระหว่างดำเนินการอีก 26% ขณะที่องค์กรอีก 36% ยังไม่มีการพัฒนาในเรื่องนี้ เนื่องจากไม่เข้าใจ

เป้าหมายและกระบวนการ รวมทั้ง องค์การยังไม่มียุทธศาสตร์ในการพัฒนาเรื่องสมรรถนะ (ผู้จัดการรายสัปดาห์, 2549)

สำหรับการออกแบบโมเดลสมรรถนะและกำหนดสมรรถนะขององค์การ สมรรถนะสามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ สมรรถนะหลัก (Core Competency) และ สมรรถนะรอง เช่น สมรรถนะในการปฏิบัติงาน (Functional Competency), สมรรถนะด้านผู้นำ (Leadership Competency) และสมรรถนะทางเทคนิค (Technical Competency) เป็นต้น (อาภรณ์ ภูวิทย์พันธุ์, 2548; ชนิตรีประภา สุริยา, 2548) โดยองค์การใหญ่ในประเทศไทย อาทิเช่น สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (สำนักงาน ก.พ.) บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) (การบินไทย) และ ธนาคารออมสิน ได้ออกแบบโมเดลสมรรถนะ (Competency Model) และ กำหนดสมรรถนะหลัก (Core Competency) ดังนี้ สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2548) กำหนดสมรรถนะหลักของข้าราชการไว้ 5 ด้าน ได้แก่ (1) การมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Achievement Motivation) (2) บริการที่ดี (Service Mind) (3) การสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของข้าราชการ (Expertise) (4) จริยธรรม (Integrity) และ (5) ความร่วมแรงร่วมใจ (Teamwork) ส่วนการบินไทย (2549) ได้กำหนดสมรรถนะหลัก (Core Competency) ของพนักงานทุกตำแหน่งมี 11 ด้าน ได้แก่ (1) การมีจิตสำนึกในการให้บริการ (2) ความรอบรู้และเชี่ยวชาญด้านธุรกิจ (3) การมีจริยธรรม ความซื่อสัตย์ เชื่อใจได้ และยึดหลักธรรมาภิบาล (4) การมุ่งเน้นความสำเร็จในการทำงาน (5) การกำหนดทิศทางการทำงานอย่างชัดเจน (6) การทำงานเป็นทีม (7) ความมุ่งมั่นในการพัฒนาตนเอง (8) ความมีมนุษยสัมพันธ์ (9) ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร (10) ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และ (11) ทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ สำหรับธนาคารออมสิน ได้กำหนดสมรรถนะหลัก (Core Competency) ของพนักงานมี 8 ด้าน ได้แก่ (1) ใส่ใจในความต้องการของลูกค้า (Customer Centric) (2) ความเอื้อเฟื้อต่อผู้อื่น (Philanthropy) (3) ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Literacy) (4) ความมีคุณธรรมและรับผิดชอบ (Integrity and Accountability) (5) ความใส่ใจในผลสำเร็จ (Result Oriented) (6) ความใฝ่รู้ (Personal Mastery) (7) การเปิดใจรับฟัง เพื่อปรับปรุง (Open Mind and Reflection) และ (8) การปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ (Self Destruction)

หากพิจารณาเฉพาะสมรรถนะหลักของ สำนักงาน ก.พ. การบินไทย และ ธนาคารออมสินข้างต้น พบว่า การมีจิตสำนึกในการให้บริการ (Service Orientation) เป็นสมรรถนะที่ทั้งสามองค์การได้กำหนดให้เป็นสมรรถนะหลักขององค์การเหมือนกัน ซึ่งสำหรับองค์การที่ทำงานด้านบริการการมีจิตสำนึกในการให้บริการถือเป็นสมรรถนะหลักที่สำคัญเป็นอย่างยิ่ง

เนื่องจากการบริการที่ดีจะก่อให้เกิดความประทับใจและความพึงพอใจในบริการ ส่งผลให้ลูกค้า
ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำ รวมทั้งชักชวนเพื่อนฝูงและคนรู้จักมาใช้บริการขององค์กรนั้นด้วย
(Kim, Leong and Lee, 2005; สมชาติ กิจยรรยง, 2544)

แม้ว่าบริการที่ดีจะเป็นสิ่งที่องค์กรต้องการ แต่บริการที่ดีไม่อาจเกิดขึ้นได้
หากพนักงานผู้ให้บริการขาดจิตสำนึกในการให้บริการ ดังนั้น การมีบุคลากรหรือพนักงานที่มี
จิตสำนึกในการให้บริการในระดับสูง ย่อมทำให้องค์การมั่นใจได้ว่าจะสามารถให้บริการที่ดีแก่
ลูกค้าผู้ใช้บริการได้ (Lytle, Hom and Mokwa, 1998; Widmier, 2002)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาและพัฒนามาตรวัดสมรรถนะ
ด้านจิตสำนึกในการให้บริการเพื่อให้ได้มาตรวัดที่มีคุณภาพและเชื่อถือได้ สามารถนำไปใช้ได้จริง
ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรและพนักงานที่นำมาตรวัดนี้ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการ
ทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรต่อไป

แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนื้อหาในส่วนนี้ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ (1) ความหมายและแนวคิดของสมรรถนะ (2) ความหมายและแนวคิดของจิตสำนึกในการให้บริการ และ (3) การพัฒนามาตรวัดสมรรถนะ

1. ความหมายและแนวความคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ (Competency)

1.1 ความหมายของสมรรถนะ (Competency)

ผู้วิจัยพบว่านักวิจัยและนักวิชาการส่วนใหญ่ให้ความหมายหรือคำนิยามของคำว่าสมรรถนะ หรือ "Competency" ไว้ในทิศทางเดียวกัน โดยหมายถึง กลุ่มของความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) ความสามารถ (Ability) ทศนคติ (Attitude) และ บุคลิกลักษณะอื่นๆ (Other Personality) ที่ทำให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานได้เป็นผลสำเร็จ (McClelland, 1973; Boyatzis, 1982; Blanchard and Thacker, 2003; Hellriegel, Jackson and Slocum, 2005) และ สามารถแยกความแตกต่างระหว่างผู้ที่ปฏิบัติงานได้ดีออกจากผู้ปฏิบัติงานโดยทั่วไปได้ (McShane and Von Glinow, 2004)

เมื่อพิจารณาความหมายข้างต้นกับคำนิยามของ ชูชัย สมितिไกร (2549) ผู้วิจัยพบว่า ความหมายของคำว่า "สมรรถนะ" ของ ชูชัย สมितिไกร (2549) ได้ใจความครบถ้วน ดังนั้น ผู้วิจัยจะขอนำคำนิยามดังกล่าวมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

"สมรรถนะ (Competency) หมายถึง คุณลักษณะที่จำเป็นในการปฏิบัติงานของบุคคล ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ และ คุณลักษณะอื่นๆ เช่น อุปนิสัย ทศนคติ บุคลิกภาพ เป็นต้น ซึ่งสามารถวัดได้จากพฤติกรรมที่แสดงออกมาให้เห็น และต้องมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ค่านิยม และเป้าหมายขององค์กร เพื่อให้การปฏิบัติงานในหน้าที่ของบุคคลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด รวมถึงต้องสามารถจำแนกความแตกต่างระหว่างบุคคลที่มีผลการปฏิบัติงานสูงจากบุคคลที่มีผลการปฏิบัติงานต่ำหรือปานกลาง" (ชูชัย สมितिไกร, 2549, หน้า 3)

1.2 แนวความคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ (Competency)

David C. McClelland เป็นผู้ริเริ่มนำแนวความคิดเกี่ยวกับสมรรถนะมาใช้ในช่วงต้นปี ค.ศ. 1970 (ชูชัย สมितिไกร, 2549) โดย McClelland ได้พัฒนาแบบทดสอบบุคลิกภาพเพื่อเป็นเครื่องมือในการทำนายผลการปฏิบัติงานและคัดเลือกบุคลากรที่มีประสิทธิภาพให้แก่

หน่วยงานของรัฐบาลสหรัฐอเมริกา ซึ่งต่อมา McClelland ได้ตีพิมพ์บทความเรื่อง "Testing for Competence Rather Than for Intelligence" ในปี 1973 ซึ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้ปฏิบัติงานที่ดีเลิศ (Excellent Performer) กับระดับทักษะความรู้ความสามารถ พบว่าการวัด เซอวาร์ปัญญา (IQ) และการทดสอบบุคลิกภาพเป็นวิธีการที่ไม่เหมาะสมสำหรับการทำนาย ผลการปฏิบัติงาน แต่องค์การควรคัดเลือกบุคคลโดยคำนึงถึงสมรรถนะมากกว่าคะแนน การทดสอบ (McClelland, 1973)

บทความของ McClelland ดังกล่าว ทำให้มีผู้สนใจศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับ สมรรถนะต่อเนื่องกันมาจนปัจจุบัน (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2548) อาทิ Richard Boyatzis (1982) เป็นคนแรกที่ใช้คำว่า "สมรรถนะ หรือ Competencies" ในหนังสือ "The Competent Manager : A Model of Effective Performance" ซึ่งระบุว่าสมรรถนะเป็น คุณลักษณะภายในของบุคคลที่จะทำให้บุคคลนั้นสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ต่อมาในปี 1990 แนวคิดเรื่องสมรรถนะได้ถูกนำเข้ามาใช้ในด้านธุรกิจโดย Gary Hamel และ C.K. Prahalad ในหนังสือ "Competing for the Future" โดยจำแนกเป็น 2 กลุ่ม คือ สมรรถนะ หลัก (Core Competencies) และ สมรรถนะรอง (Prahalad and Hamel, 1990 อ้างถึงใน อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์, 2547) โดยสมรรถนะหลัก คือ สมรรถนะที่บุคลากรในองค์การจำเป็นต้องมี เหมือนกันทุกคน ไม่ว่าจะอยู่ในสายงานใดหรือระดับตำแหน่งใดก็ตาม ซึ่งสมรรถนะหลักจะต้อง เป็นสิ่งที่สามารถสร้างความได้เปรียบให้กับองค์การ โดยที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ (ชูชัย สมितिไกร, 2549) เนื่องจากสมรรถนะจะเป็นตัวกำหนดกลยุทธ์และผลักดันให้องค์การบรรลุ เป้าหมายตามวิสัยทัศน์และพันธกิจที่วางไว้ รวมทั้ง ยังเป็นตัวสะท้อนถึงค่านิยมที่สมาชิกใน องค์การยึดถือปฏิบัติร่วมกัน (กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, 2547) ขณะที่สมรรถนะรอง ได้แก่ สมรรถนะตามหน้าที่ (Functional Competency) สมรรถนะด้านเทคนิค (Technical Competency) และ สมรรถนะตามบทบาท (Role Competency) เป็นต้น ซึ่งเป็นสมรรถนะที่ บุคคลกรจำเป็นต้องมีในการปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบให้เป็นผลสำเร็จ (ชูชัย สมितिไกร, 2549)

ในส่วนขององค์ประกอบของสมรรถนะ ชูชัย สมितिไกร (2549) กล่าวว่า สมรรถนะประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ (1) ตัวแบบสมรรถนะ (Competency Model) ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดที่แสดงความเชื่อมโยงและเหตุผลของการจัดทำระบบสมรรถนะของหน่วยงาน โดยเริ่มต้นจากการนำวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ วัฒนธรรมองค์การและปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาเป็นหลักในการพิจารณาและกำหนดสมรรถนะที่เหมาะสมสำหรับองค์การและ

หน่วยงาน (2) ประเภทของสมรรถนะ (Competency Categories) ซึ่งประกอบไปด้วยสมรรถนะ 2 ประเภท คือ สมรรถนะหลักและสมรรถนะตามสายงาน (3) ชื่อและนิยามของสมรรถนะ (Competency Name and Definition) แต่ละด้าน เพื่อกำหนดขอบเขตและความหมายที่ชัดเจน ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคนสามารถเข้าใจได้ตรงกัน (4) ระดับความเชี่ยวชาญ (Proficiency Scale) คือ ระดับของความสามารถหรือระดับพฤติกรรมของสมรรถนะแต่ละด้าน เพื่อกำหนดว่าระดับความเชี่ยวชาญในสมรรถนะแต่ละด้านของบุคลากรแต่ละตำแหน่งหน้าที่ โดยทั่วไปจะกำหนดไว้ 4 – 6 ระดับ และ (5) ตัวชี้วัดพฤติกรรม (Behavior Indicators) คือ สิ่งที่จะบ่งบอกว่าบุคลากรแต่ละคนมีระดับของความเชี่ยวชาญหรือระดับของพฤติกรรมอยู่ในระดับที่ต้องการหรือไม่

ในการประเมินหรือวัดสมรรถนะของบุคคลนั้น สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2548) ให้ความหมายของ การประเมินสมรรถนะ คือ การเปรียบเทียบ "พฤติกรรมและวิธีการทำงานที่ข้าราชการแสดงออกในสถานการณ์ที่จะสะท้อนสมรรถนะแต่ละเรื่อง (Evidence)" โดยพฤติกรรมและวิธีการทำงานนั้นถือเป็นข้อมูลหลักฐานที่จะใช้ประเมิน "โมเดลสมรรถนะ" ว่ามีความใกล้เคียงกับสมรรถนะในระดับใดตามโมเดลสมรรถนะ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2548) แบ่งกลุ่มของการวัด/ประเมิน ออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ (1) การทดสอบการปฏิบัติงาน (Tests of Performance) (2) การสังเกตพฤติกรรม (Behavior Observations) และ (3) การรายงานตนเอง (Self Reports)

สมรรถนะได้รับการพัฒนานำมาใช้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์อย่างกว้างขวางในประเทศไทย ซึ่งสมรรถนะที่สำคัญ คือ สมรรถนะหลัก (Core Competency) ที่ ชูชัย สมิทธิไกร (2549) กล่าวว่า เป็นสมรรถนะสำคัญที่สมาชิกทุกคนขององค์การต้องมี และจากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาสมรรถนะหลักขององค์การใหญ่ต่างๆ ในประเทศ อาทิ สำนักงาน ก.พ. และ การบินไทย พบว่าสมรรถนะหลักที่สำคัญ คือ จิตสำนึกในการให้บริการ ซึ่งผู้วิจัยจะขอนำสมรรถนะหลักด้านนี้ มาพัฒนาเป็นมาตรวัดสมรรถนะในการวิจัยครั้งนี้

2. ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับจิตสำนึกในการให้บริการ (Service Orientation)

2.1 ความหมายของจิตสำนึกในการให้บริการ (Service Orientation)

ผู้วิจัยพบว่า นักวิจัยใช้คำหลายคำในการนิยามคำว่า "จิตสำนึกในการให้บริการ" อาทิเช่น จิตสำนึกในการให้บริการ (Service Orientation) (Hogan, Hogan and Busch, 1984), การให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า (Customer Orientation) (Saxe and Weitz, 1982; Kelley, 1992) อ้างถึงใน Susskind, Kacmar and Borchgrevink, 2003), จิตสำนึกในการให้บริการ

(Service Mind) (อาภรณ์ ภูวิทย์พันธุ์, 2547) และ การมีใจให้บริการ (Service Mind) (กฤษณ์ อริยะะพุทธิพงศ์ และ อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์, 2548) ซึ่งมีความหมายใกล้เคียงกัน

Hogan et al. (1984) เป็นนักวิจัยกลุ่มแรกที่ทำให้ความหมายของ จิตสำนึกในการให้บริการ (Service Orientation) คือ แนวโน้มที่จะเป็นผู้ที่ชอบให้ความช่วยเหลือ ความเอาใจใส่ และ ให้ความร่วมมือกับผู้อื่น ส่วน Saxe and Weitz (1982) ให้คำจำกัดความของการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า (Customer Orientation) คือ ระดับความสามารถของพนักงานขาย ในการประยุกต์ทฤษฎีและแนวคิดด้านการตลาด เพื่อช่วยเหลือให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการ และ Kelley (1992) อ้างถึงใน Susskind et al. (2003) ได้ นิยามคำว่า การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Orientation) ว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ให้บริการจะต้องเข้าใจ ความต้องการของลูกค้า เพื่อการเสนอบริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เป็นต้น ขณะที่ อาภรณ์ ภูวิทย์พันธุ์ (2547) ได้นิยาม จิตสำนึกในการให้บริการ (Service Mind) หมายถึง ความเข้าใจในความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า (ทั้งจากภายในและภายนอก) และการแสดงกิริยา น้ำเสียง ท่าทางและพฤติกรรมได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจและประทับใจ และ กฤษณ์ อริยะะพุทธิพงศ์ และ อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์ (2548) นิยามว่า การมีใจให้บริการ (Service Mind) คือ การคำนึงถึงลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ เป็นการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างให้เกียรติ ให้คุณค่าต่อความคิดเห็นของลูกค้า บริการลูกค้า และ ดูแลเอาใจใส่ลูกค้าด้วยความเข้าใจ พัฒนาสิ่งใหม่ๆ และปฏิบัติให้เกิดความคาดหวังของลูกค้าอยู่เสมอ

งานวิจัยส่วนใหญ่นิยมใช้คำว่า "Service Orientation" และ "Customer Orientation" มากกว่าคำว่า "Service Mind" เนื่องจาก Service Mind จะเป็นภาษาพูดที่ใช้ในทางธุรกิจ บทความ หรือ การบรรยายเกี่ยวกับการให้บริการ (กฤษณ์ อริยะะพุทธิพงศ์ และ อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์, 2548) ซึ่ง Service Orientation เน้นในด้านการให้บริการ ขณะที่ Customer Orientation เน้นที่ลูกค้าหรือความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ แต่การศึกษานี้ ผู้วิจัยเน้นลักษณะส่วนบุคคลของความเป็นผู้ที่มีจิตสำนึกในการให้บริการ โดยไม่ได้เน้นที่ตัวลูกค้าหรือความพึงพอใจของลูกค้า ดังนั้น คำว่า "Service Orientation" จึงเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษานี้

จากแนวคิดต่างๆ ข้างต้น คำนิยามของคำว่า "จิตสำนึกในการให้บริการ (Service Orientation)" โดย Hogan et al. (1984) เป็นลักษณะทางบุคลิกภาพของบุคคลในด้านของความชอบช่วยเหลือ ขณะที่ Saxe and Weitz (1982) และ Kelley (1992) อ้างถึงใน Susskind et al. (2003) เป็นเรื่องการเสนอบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและ

สร้างความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับ อารณ ภูวิทย์พันธ์ (2547) ที่กล่าวถึง ความเข้าใจ ในความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ขณะที่ กฤษณ์ อริยะพุทธิพงศ์ และ อานนท์ ศักดิ์วีระวิชัย (2548) ได้เพิ่มเสริมเรื่องการปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความเอาใจใส่และให้บริการ ที่เกินกว่าความคาดหวังของลูกค้าเสมอ ดังนั้น โดยสรุปแล้ว ผู้วิจัยขอให้คำนิยามของคำว่า จิตสำนึกในการให้บริการ (Service Orientation) เพื่อให้ครอบคลุมคำนิยามของทุกคน คือ ความเข้าใจในความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า (Need and Expectation) เพื่อเสนอ บริการ (Service Delivery) ที่สร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับลูกค้า (Customer's Satisfaction) โดยการแสดงกิริยาและพฤติกรรมได้อย่างเหมาะสม (Behavior)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับจิตสำนึกในการให้บริการ (Service Orientation)

การให้บริการเป็นหัวใจสำคัญขององค์การที่ทำงานด้านบริการ และจิตสำนึกในการให้บริการก็เป็นประเด็นที่นักวิชาการและนักการตลาดให้ความสนใจมาเป็นเวลานาน แต่ปัจจุบัน ตลาดมีขนาดใหญ่ขึ้นและขอบเขตของการบริการมิได้ถูกจำกัดอยู่เฉพาะในวงการธุรกิจ ด้านบริการอีกต่อไป เนื่องจากความต้องการบริการของบุคลากร (ลูกค้าภายใน) ถือเป็นสิ่งที่ องค์การต้องให้ความสำคัญเช่นเดียวกับความต้องการของลูกค้าภายนอก ดังนั้น องค์การ โดยทั่วไปจึงได้กำหนดให้จิตสำนึกในการให้บริการเป็นสมรรถนะหลัก (Core Competency) (กฤษณ์ อริยะพุทธิพงศ์ และ อานนท์ ศักดิ์วีระวิชัย, 2548)

ในมุมมองของ Hogan et al. (1984) นั้น จิตสำนึกในการให้บริการ (Service Orientation) เป็นกลุ่มของลักษณะทางบุคลิกภาพ และจัดเป็นลักษณะทางจิตวิทยา ซึ่ง การคัดเลือกบุคคลที่มีลักษณะตรงตามต้องการอยู่แล้วเป็นสิ่งที่องค์การสามารถทำได้ง่าย และสิ้นเปลืองน้อยกว่าการฝึกอบรมและพัฒนาให้บุคคลมีใจให้บริการตามที่องค์การต้องการ (กฤษณ์ อริยะพุทธิพงศ์ และ อานนท์ ศักดิ์วีระวิชัย, 2548) การศึกษาของ Hogan et al. (1984) ได้ดัดแปลงแบบประเมินบุคลิกภาพและทดสอบความตรงตามภาวะสันนิษฐาน (Construct Validity) ได้เป็น Service Orientation Index (SOI) และ นำไปทดสอบความตรงตามสภาพ (Concurrent Validity) ด้วยเหตุนี้ งานวิจัยของพวกเขาจึงนับได้ว่าเป็นงานวิจัยบุกเบิกสำหรับการศึกษาจิตสำนึกในการให้บริการ

ต่อมาได้มีการศึกษาโดย Lytle et al. (1998) ซึ่งได้พัฒนามาตรวัดด้านจิตสำนึกในการให้บริการ แต่เป็นในมุมมองของโครงสร้างภายใน นโยบาย วัฒนธรรม และแผนงานด้านการให้บริการขององค์การ โดยแบ่งออกเป็น 10 องค์ประกอบ ดังนี้

- (1) การดูแลลูกค้าให้ได้รับบริการที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการ (Customer treatment)
- (2) การให้อำนาจแก่พนักงานในการตัดสินใจต่างๆ เพื่อให้สามารถให้บริการแก่ลูกค้าอย่างทันท่วงที (Employee empowerment)
- (3) การใช้เทคโนโลยีต่างๆ ในการให้บริการที่มีคุณค่าและดีเยี่ยมแก่ลูกค้า (Service technology)
- (4) การป้องกันบริการที่ล้มเหลว (Service failure prevent)
- (5) แนวทางและวิธีการแก้ไขบริการที่ล้มเหลว (Service failure recovery)
- (6) การรับรู้และความเข้าใจในมาตรฐานการบริการขององค์กร (Service standards communication)
- (7) แนวความคิดในการสร้างบริการที่มีคุณภาพเพื่อส่งมอบให้กับลูกค้า รวมถึงการกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ด้านการบริการขององค์กร (Service vision)
- (8) ความเป็นผู้นำและแรงบันดาลใจในการบริการให้กับพนักงาน (Servant leadership)
- (9) การให้รางวัลและผลตอบแทนต่องานด้านบริการ (Service rewards)
- (10) การให้การฝึกอบรมทักษะการให้บริการที่ดีและการแก้ไขปัญหาบริการที่ล้มเหลว (Service training)

นอกจากนั้น นักวิจัยหลายคนยังนำความหมายของจิตสำนึกในการให้บริการของ Hogan et al. (1984) มาศึกษาต่อในด้านอื่นๆ อาทิเช่น Carragher, Scott and Carragher (2002) อ้างถึงใน กฤษณ์ อริยะพุทธิพงษ์ และ อานนท์ ศักดิ์วีระวิชัย (2548), Bettencourt, Gwinner and Meuter (2001), Kim et al. (2005) และ Payne and Webber (2006) เป็นต้น โดย Carragher et al. (2002) อ้างถึงใน กฤษณ์ อริยะพุทธิพงษ์ และ อานนท์ ศักดิ์วีระวิชัย (2548) พบว่า จิตสำนึกในการให้บริการ (Service Orientation) นั้นมีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพถึง 3 ด้าน จากทฤษฎีบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ บุคลิกภาพแบบเปิดตัว (Extraversion), บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) และ บุคลิกภาพแบบเป็นมิตร (Agreeableness) แต่ Bettencourt et al. (2001) วิเคราะห์ตัวพยากรณ์ของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กรในด้านการให้บริการที่ดี (Service-Oriented Organizational Citizenship Behaviors) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ความซื่อสัตย์ (Loyalty), การส่งมอบบริการ (Service

Delivery) และ การมีส่วนร่วม (Participation) ต่อมา Payne and Webber (2006) ได้ศึกษาเรื่อง Service-Oriented OCBs ต่อจาก Bettencourt et al. (2001) โดย Payne and Webber (2006) ได้แบ่งองค์ประกอบของพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกขององค์การในด้านการให้บริการที่ได้ออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ความซื่อสัตย์ (Loyalty) และ การส่งมอบบริการ (Service Delivery) เหมือน Bettencourt et al. (2001) แต่ส่วนที่ 3 คือ ความเอื้อเฟื้อ (Altruism) แตกต่างจาก Bettencourt et al. (2001) โดยความซื่อสัตย์ (Loyalty) ประเมินโดยมาตรวัดของ Van Dyne, Graham, and Dienesch (1994) และ Bettencourt et al. (2001) ส่วนการส่งมอบบริการ (Service Delivery) พัฒมาจาก Bettencourt et al. (2001) แต่ความเอื้อเฟื้อ (Altruism) ได้พัฒนาขึ้นเองโดย Payne and Webber (2006)

ส่วน Kim et al. (2005) ศึกษาผลกระทบของจิตสำนึกในการให้บริการ (Service Orientation) ต่อ ความพึงพอใจในงาน (Job satisfaction), ความผูกใจมั่นต่อองค์การ (organizational commitment) และ ความตั้งใจในการลาออก (intention of leaving) ในร้านอาหาร โดยแบ่งจิตสำนึกในการให้บริการของพนักงาน (Employee Service Orientation) ออกเป็น 3 มุมมองที่แตกต่างจาก Bettencourt et al. (2001) และ Payne and Webber (2006) ได้แก่ การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer focus), การสนับสนุนจากองค์การ (Organizational Support) และ การบริการภายใต้ความกดดัน (Service under pressure)

กรณีของการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า (Customer Orientation) ถือเป็นตัวแปรที่ใกล้เคียงกับจิตสำนึกในการให้บริการ (Service Orientation) โดย Saxe and Weitz (1982) เป็นนักวิจัยกลุ่มแรกที่ได้ใช้คำว่า การให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า (Customer Orientation) ในการพัฒนามาตรวัดระดับการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าของพนักงานขาย และ ต่อมาได้มีงานวิจัยต่างๆ ในประเด็นดังกล่าว ได้แก่ Kelley (1992) อ้างถึงใน Susskind et al. (2003) ซึ่งพัฒนามาตรวัดการมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Orientation) ของพนักงานบริการ (service employees) จากนั้น Susskind et al. (2003) ได้นำประเด็นดังกล่าวมาศึกษาผลกระทบและความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Orientation) ต่อความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) โดยทดสอบผลของมาตรฐานการส่งมอบบริการ (Standards for Service Delivery) ที่จะมีผลต่อการมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Orientation) โดยมีการรับรู้การสนับสนุน (Support) จากเพื่อนร่วมงานและหัวหน้าเป็นตัวแปรกำกับ ต่อมา Widmier (2002) ได้ศึกษาผลของสิ่งจูงใจและบุคลิกภาพต่อการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า (Customer Orientation) โดยนำ 3 ปัจจัย คือ สิ่งจูงใจ (Incentives), การกำกับแสดงออกของตน (Self-monitoring) และ การเอาใจใส่ (Empathy)

มาศึกษาประสิทธิผลในการเพิ่มการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า (Customer Orientation) ของพนักงานขาย

จากการศึกษางานวิจัยในอดีตที่ศึกษาเกี่ยวกับจิตสำนึกในการให้บริการ ผู้วิจัยพบว่า การส่งมอบบริการ (Service Delivery) เป็นส่วนสำคัญในการศึกษาเรื่องจิตสำนึกในการให้บริการ (Bettencourt et al. 2001; Susskind et al. 2003; Payne and Webber, 2006) ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจในบริการของลูกค้า โดยการให้บริการแตกต่างกันไปตามระดับการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับการสนับสนุนของเพื่อนร่วมงาน ซึ่งจะมีผลให้เกิดจิตสำนึกในการให้บริการในระดับสูง (Susskind et al., 2003) ขณะที่บุคลิกภาพส่วนบุคคล (Personality) เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีผลต่อจิตสำนึกในการให้บริการ (Hogan et al., 1984; Bettencourt et al., 2001; Widmier, 2002) เมื่อเปรียบเทียบกับทัศนคติ (Attitude) และ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์/บริการขององค์กร (Knowledge) (Bettencourt et al., 2001)

ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะกำหนดองค์ประกอบของจิตสำนึกในการให้บริการ (Service Orientation) จาก 3 แหล่ง ได้แก่ (1) คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัยของผู้วิจัย (2) งานวิจัยของ Lytle et al. (1998) และ (3) งานวิจัยของกฤษณ์ อริยะะพุทธิพงศ์ และ อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์ (2548) โดยคัดเลือกองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะของบุคคลด้านจิตสำนึกในการให้บริการเท่านั้น รายละเอียดมีดังนี้

2.2.1 องค์ประกอบจากคำจำกัดความ

จากคำจำกัดความของคำว่า จิตสำนึกในการให้บริการ ของผู้วิจัย สามารถแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

- (1) ความเข้าใจในความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
- (2) การเสนอบริการที่สร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับลูกค้า
- (3) การแสดงกิริยาและพฤติกรรมได้อย่างเหมาะสม

2.2.2 งานวิจัยของ Lytle et al. (1998)

จากองค์ประกอบทั้ง 10 องค์ประกอบของ Lytle et al. (1998) ผู้วิจัยพบว่า องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะของบุคคล มี 4 องค์ประกอบ ดังนี้

- (1) การดูแลลูกค้าให้ได้รับบริการที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการ (Customer Treatment)

- (2) การใช้เทคโนโลยีต่างๆ ในการให้บริการที่มีคุณค่าและดีเยี่ยมแก่ลูกค้า (Service Technology)
- (3) แนวทางและวิธีการแก้ไขบริการที่ล้มเหลว (Service Failure Recovery)
- (4) การให้การฝึกอบรมทักษะการให้บริการที่ดีและการแก้ไขปัญหาบริการที่ล้มเหลว (Service Training)

2.2.3 งานวิจัยของกฤษณ์ อริยะพุทธิพงษ์ และ อานนท์ ศักดิ์วีระวิชญ์ (2548)

จากงานวิจัยของกฤษณ์ อริยะพุทธิพงษ์ และ อานนท์ ศักดิ์วีระวิชญ์ (2548) พบว่า มีองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบดังนี้

- (1) ลักษณะชอบสังสรรค์สัมพันธ์ (Extraversion) คือ ลักษณะการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและทักษะในการเข้าสังคม
- (2) ลักษณะมั่นคงทางอารมณ์ (Emotional Stability) คือ ลักษณะการมีความมั่นคงทางอารมณ์และความอดทนอดกลั้น
- (3) ลักษณะยอมคล้อยตามผู้อื่น (Agreeableness) คือ ลักษณะการเป็นมิตร เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และชอบช่วยเหลือผู้อื่น

โดยสรุป จิตสำนึกในการให้บริการสำหรับการวิจัยครั้งนี้จะประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ ดังนี้

- (1) ความเข้าใจในความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
- (2) การเสนอบริการที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับลูกค้า
- (3) การแสดงกิริยาและพฤติกรรมในการให้บริการได้อย่างเหมาะสม
- (4) การใช้เทคโนโลยีต่างๆ เพื่อการให้บริการที่มีคุณค่าและดีเยี่ยม
- (5) การป้องกันและแก้ไขความผิดพลาดในการบริการ
- (6) การฝึกอบรมทักษะการให้บริการที่ดี
- (7) การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและทักษะในการเข้าสังคม

(8) การมีความมั่นคงทางอารมณ์และความอดทนอดกลั้น

(9) การเป็นมิตร เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และชอบช่วยเหลือผู้อื่น

จากองค์ประกอบทั้ง 9 องค์ประกอบข้างต้น สามารถจำแนกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

- (1) กลุ่มของลักษณะการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก (interpersonal) ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1-6 และ
- (2) กลุ่มของลักษณะภายในตัวบุคคล (intrapersonal) ได้แก่ องค์ประกอบที่ 7-9 ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า องค์ประกอบ 9 องค์ประกอบดังกล่าวได้ครอบคลุมทักษะและลักษณะสำคัญของบุคคลที่ จำเป็นต้องมีในการปฏิบัติงานด้านการบริการในปัจจุบัน

3. การพัฒนามาตรวัดสมรรถนะ

จากการศึกษาค้นคว้าย้อนหลังไป 7 ปี คือตั้งแต่ปี 2543 - 2549 ผู้วิจัยพบว่า ในประเทศไทยมีงานวิจัยที่ศึกษาและพัฒนามาตรวัดสมรรถนะอยู่ 5 เรื่อง ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ การพัฒนามาตรวัดสมรรถนะสำหรับระดับหัวหน้างาน พนักงานปฏิบัติการ และนิสิต ดังนี้

3.1 การพัฒนามาตรวัดสมรรถนะสำหรับระดับหัวหน้างาน ได้แก่ งานวิจัยของ วีรพจน์ วิรุฬห์รัตน์ (2543) จรียา พิษณุชยะนนท์ (2543) และ วิไลรัตน์ ชัชชวลิตสกุล (2548)

การศึกษาของวีรพจน์ วิรุฬห์รัตน์ (2543) สร้างแบบทดสอบทางจิตวิทยาเพื่อ ประเมินสมรรถนะหลักของบุคลากรระดับหัวหน้า ได้แก่ ผู้จัดการและผู้ช่วยผู้จัดการของ บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง จำนวน 186 คน (ชาย 168 และ หญิง 18) โดยการประเมินจากการรับรู้ของผู้ใต้บังคับบัญชา โดยมุ่งวัดสมรรถนะหลักใน 7 ด้าน ได้แก่

- 1) สมรรถนะด้านการทำความเข้าใจสถานการณ์
- 2) สมรรถนะด้านการบริหารกระบวนการ
- 3) สมรรถนะด้านการแก้ปัญหาและการตัดสินใจ
- 4) ทักษะคติเกี่ยวกับธุรกิจบริษัท
- 5) สมรรถนะด้านการทำงานเป็นทีม
- 6) สมรรถนะด้านการพัฒนาตนเอง
- 7) ความรู้ด้านคอมพิวเตอร์

การศึกษาดังกล่าวได้นำคะแนนสำรวจสมรรถนะของผู้จัดการและผู้ช่วยผู้จัดการของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง จำนวน 186 คน มาสร้างเกณฑ์ปกติแบบเปอร์เซ็นต์ไทล์ (Percentile Norms) จำแนกตามสมรรถนะหลักทั้ง 7 ด้าน นอกจากนั้น ยังจำแนกสมรรถนะหลักด้านการทำความเข้าใจสถานการณ์แยกตามระดับการทำงาน คือ ตำแหน่งผู้จัดการและผู้ช่วยผู้จัดการอีกด้ว จากการศึกษา ใช้การทดสอบความเที่ยง (Reliability) แบบวัดทั้งฉบับ โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ความสม่ำเสมอภายในชนิด Cronbrach's Coefficient Alpha ได้ค่า .95 และหาค่าสัมประสิทธิ์แบบเพียร์สันระหว่างคะแนนที่ได้จากการประเมินตนเองของผู้จัดการและผู้ช่วยผู้จัดการ กับ คะแนนที่ได้จากการประเมินโดยผู้บังคับบัญชา พบว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลที่ได้จากการศึกษา พบว่า

- 1) ระดับสมรรถนะหลักทั้ง 7 ด้านของผู้บริหารระดับผู้จัดการและผู้ช่วยผู้จัดการอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยคะแนนรวมเฉลี่ยเท่ากับ 570.48 หรือ คิดเป็นร้อยละ 46.61 จากคะแนนเต็ม 1,224 คะแนน (หรือ คิดเป็นเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 73.71 จากคะแนนสูงสุด 722 คะแนน)
- 2) ผู้บริหารชายมีคะแนนสมรรถนะหลักในด้านการทำความเข้าใจสถานการณ์ ด้านการบริหารกระบวนการ และ คะแนนรวม สูงกว่าผู้บริหารหญิงอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 (คะแนนเฉลี่ย ด้านการทำความเข้าใจสถานการณ์ ชาย 94.88 หญิง 87.61 ด้านการบริหารกระบวนการ ชาย 129.76 หญิง 119.28 และ คะแนนรวมเฉลี่ย ชาย 561.76 หญิง 528.22)
- 3) เมื่อจำแนกตามตำแหน่งพบว่า ผู้จัดการมีคะแนนสมรรถนะหลักด้านการทำความเข้าใจสถานการณ์สูงกว่าผู้ช่วยผู้จัดการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ผู้จัดการ 97.42 ผู้ช่วยผู้จัดการ 93.05)
- 4) เมื่อจำแนกตามสายงานที่สังกัด พบว่า ผู้บริหารที่สังกัดสายงานบริหารมีคะแนนสมรรถนะหลักด้านความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์สูงสุด และ เมื่อจำแนกตามวุฒิการศึกษาพบว่า ผู้บริหารที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีจะมีคะแนนสมรรถนะหลักด้านความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และคะแนนรวมสูงกว่าผู้บริหารที่สำเร็จการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 (คะแนนเฉลี่ย สายบริหาร 85.88 สายการตลาด 75.30 และ สายการผลิต 74.14)

5) เมื่อวิเคราะห์คะแนนเฉลี่ยสมรรถนะหลักในแต่ละด้าน พบว่า ด้านความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์มีคะแนนต่ำที่สุด (คะแนนเฉลี่ย ด้านความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ 66.02, ด้านการแก้ปัญหาและตัดสินใจ 72.82, ด้านการทำความเข้าใจสถานการณ์ 74.74, ด้านการบริหารกระบวนการ 75.29, ด้านการทำงานเป็นทีม 75.72, ด้านการพัฒนาตนเอง 75.72 และ ด้านทัศนคติเกี่ยวกับธุรกิจของบริษัท 76.45)

ขณะเดียวกัน จริญญา พิชญ์ชยะนนท์ (2543) พัฒนามาตรวัดสมรรถนะของบุคลากรระดับหัวหน้าเช่นเดียวกับ วีรพจน์ วีรพรัตน์ (2543) แต่ จริญญา พิชญ์ชยะนนท์ (2543) ศึกษากลุ่มหัวหน้ากลุ่มงานพยาบาล ในโรงพยาบาลชุมชน สังกัดกระทรวงสาธารณสุข โดยกำหนดสมรรถนะและองค์ประกอบออกเป็น 8 ด้าน คือ

- 1) สมรรถนะด้านกระบวนการบริหารงาน
- 2) สมรรถนะด้านภาวะผู้นำ
- 3) สมรรถนะด้านการใช้เทคโนโลยีทันสมัย
- 4) สมรรถนะด้านการตลาด
- 5) สมรรถนะด้านการสนับสนุนงานการสาธารณสุขมูลฐาน
- 6) สมรรถนะด้านวิชาการและการวิจัย
- 7) สมรรถนะด้านการปฏิบัติการพยาบาล
- 8) สมรรถนะด้านการฝึกอบรม

การศึกษาทำโดยการประเมินสมรรถนะของหัวหน้ากลุ่มงานการพยาบาล โดยการรับรู้ของผู้ได้บังคับบัญชา กลุ่มตัวอย่างคือหัวหน้ากลุ่มงานการพยาบาลจำนวน 540 คน จากประชากรของหัวหน้ากลุ่มงานการพยาบาลทั่วประเทศรวม 708 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวได้มาจากการเลือกหัวหน้ากลุ่มงานการพยาบาลที่ปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งมาแล้วไม่ต่ำกว่า 1 ปี หลังจากนั้น นำคะแนนที่ได้มาทำการตรวจสอบความเที่ยง ความตรงและสร้างเกณฑ์ปกติ ด้วยการทดสอบเครื่องมือ 3 ครั้ง ดังนี้

ครั้งที่ 1 เพื่อหาค่าความตรงตามภาวะสันนิษฐานด้วยเทคนิคกลุ่มรู้ชัด (known group technique) โดยนำมาตรวัดสมรรถนะที่ผ่านการทดลองใช้จำนวน 79 ข้อ ไปทดสอบกับหัวหน้ากลุ่มงานการพยาบาลโรงพยาบาลที่รู้ชัดว่ามีสมรรถนะสูงและที่มีสมรรถนะต่ำจำนวนกลุ่มละ 57 คน รวม 114 คน แล้วนำคะแนนเฉลี่ยที่ได้ไปทดสอบหาค่าความแตกต่าง

ด้วย t-test โดยเปรียบเทียบกับค่าที (t score) ในตารางที (t distribution) ที่ระดับนัยสำคัญ .01 และ degree of freedom เท่ากับ 112 พบว่า ทุกองค์ประกอบย่อยของมาตรวัดและมาตรวัดรวม ทั้งฉบับมีค่าที (t score) สูงอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 (ค่าที เท่ากับ 7.89 – 11.59)

ครั้งที่ 2 นำมาตรวัดที่ผ่านการทดสอบครั้งที่ 1 และปรับปรุงเรียบร้อยแล้วรวม 79 ข้อ ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นหัวหน้ากลุ่มงานการพยาบาลโรงพยาบาลชุมชนจำนวน 80 คน โดยให้หัวหน้างาน 2-3 คนเป็นผู้ประเมิน จากนั้นเรียงคะแนนของหัวหน้าทั้งหมดจากมากไปน้อยแล้วใช้เทคนิค 27% กลุ่มสูง และ 27% กลุ่มต่ำ จะได้หัวหน้ากลุ่มงานการพยาบาล 22 คนแรก ที่ได้คะแนนสูงและหัวหน้ากลุ่มงานการพยาบาล 22 คนสุดท้ายที่ได้คะแนนต่ำสุด แล้วนำไปทดสอบหาค่าความสามารถในการจำแนกความแตกต่างของมาตรวัดโดยเปรียบเทียบค่าทีใน ตารางที (t distribution) ที่ระดับนัยสำคัญ .01 และ degree of freedom เท่ากับ 115 พบว่า มาตรวัดทั้งฉบับและพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบพบว่า สามารถจำแนกหัวหน้ากลุ่มงาน การพยาบาลที่มีสมรรถนะสูงออกจากหัวหน้ากลุ่มงานการพยาบาลโรงพยาบาลชุมชนที่มี สมรรถนะต่ำได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 (ค่าที่รวมทุกตัวและแต่ละองค์ประกอบเท่ากับ 15.19 และ 7.17 – 14.59 ตามลำดับ) และค่าความเที่ยงของมาตรวัดทั้งฉบับและเป็นรายองค์ประกอบ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคได้เท่ากับ .99 และ ค่าความเที่ยงเป็นราย องค์ประกอบมีค่าระหว่าง .88 – .97

ครั้งที่ 3 นำมาตรวัดไปทดสอบกับหัวหน้ากลุ่มงานการพยาบาลโรงพยาบาล ชุมชนที่เหลือทั้งหมด 450 คน ได้รับการประเมินกลับมา 381 คน โดยใช้เทคนิค 27% กลุ่มสูง 27% กลุ่มต่ำ ได้หัวหน้ากลุ่มงานการพยาบาลโรงพยาบาลชุมชน 103 คนแรกที่ได้คะแนนสูงสุด และ หัวหน้ากลุ่มงานพยาบาลโรงพยาบาลชุมชน 103 คนสุดท้ายที่ได้คะแนนต่ำสุด แล้วนำ คะแนนของทั้ง 2 กลุ่ม ไปวิเคราะห์เป็นรายข้อ วิเคราะห์แต่ละองค์ประกอบและรวมทุก องค์ประกอบ เพื่อทดสอบความแตกต่างโดยเปรียบเทียบค่าที ในตารางที ที่ระดับนัยสำคัญ .01 และ degree of freedom เท่ากับ 479 พบว่ามาตรวัดทั้งฉบับสามารถจำแนกหัวหน้ากลุ่มงานการ พยาบาลโรงพยาบาลชุมชนที่มีสมรรถนะสูงออกจากหัวหน้ากลุ่มงานการพยาบาลโรงพยาบาล ชุมชนที่มีสมรรถนะต่ำได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 และ เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบ พบว่า ทุกองค์ประกอบสามารถจำแนกหัวหน้ากลุ่มงานการพยาบาลโรงพยาบาลชุมชนที่มี สมรรถนะสูงออกจากหัวหน้ากลุ่มงานการพยาบาลโรงพยาบาลชุมชนที่มีสมรรถนะต่ำได้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 เช่นกัน โดยค่าทีของทุกองค์ประกอบและแต่ละองค์ประกอบเท่ากับ 31.06 และมีค่าอยู่ระหว่าง 20.06 – 28.77 ตามลำดับ และค่าความเที่ยงของมาตรวัดทั้งฉบับ

และเป็นรายองค์ประกอบโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคได้เท่ากับ .99 และค่าความเที่ยงเป็นรายองค์ประกอบมีค่าระหว่าง .89 – .98 เพื่อหาความสามารถในการจำแนกความแตกต่างของมาตรวัดและความเที่ยง และสร้างเกณฑ์ปกติในรูปของคะแนนที่ปกติ

ต่อมา วิไลรัตน์ ชัชชวลิตสกุล (2548) ได้พัฒนาแบบประเมินตนเองเกี่ยวกับสมรรถนะการบริหารงานคุณภาพทั่วทั้งองค์การของหัวหน้าหอผู้ป่วยโรงพยาบาลศูนย์ ซึ่งการศึกษาของ วิไลรัตน์ ชัชชวลิตสกุล (2548) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ (1) กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยโดยการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องร่วมกับการสัมภาษณ์หัวหน้าหอผู้ป่วยที่ปฏิบัติอยู่ในโรงพยาบาลศูนย์จำนวน 5 ท่าน (2) สร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ และความเที่ยงใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคได้ค่าเท่ากับ .97 (3) รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นหัวหน้าหอผู้ป่วย จำนวน 302 คน เพื่อทดสอบความตรงตามภาวะสันนิษฐาน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบของข้อกระทงทั้งหมด 60 ข้อ ซึ่งเมื่อทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผลการทดสอบด้วยวิธี Kaiser-Meyer-Ohkin measure of sampling (KMO) ได้เท่ากับ .96 และ ค่า Barrett's test of sphericity approx Chi-Square เท่ากับ 15380.974 degree of freedom เท่ากับ 2415 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 จึงสามารถใช้เป็นข้อกระทงในการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ทั้งหมด และเมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบโดยสเก็ดองค์ประกอบด้วยวิธีองค์ประกอบหลัก หมุนแกนองค์ประกอบแบบอโรทอนอล ด้วยวิธีเวรีแมกซ์ ได้องค์ประกอบที่ไม่มีความสัมพันธ์กันและมีอิสระต่อกันจำนวน 10 องค์ประกอบ หลังจากนั้นได้พิจารณาตามเกณฑ์ค่า eigenvalue มากกว่าหรือเท่ากับ 1.0 ทำให้เหลือองค์ประกอบสำคัญเพียง 7 องค์ประกอบ และ (4) รวบรวมข้อมูลจากหัวหน้าหอผู้ป่วยจำนวน 90 คนและพยาบาลวิชาชีพซึ่งเป็นผู้ได้บังคับบัญชาจำนวน 260 คน เพื่อทดสอบหาความสอดคล้องของแบบประเมินตนเองโดยหัวหน้าหอผู้ป่วยประเมินตนเองกับการประเมินโดยพยาบาลวิชาชีพผู้ได้บังคับบัญชาด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันทั้งฉบับเท่ากับ .58 จากการศึกษาทำให้ได้ องค์ประกอบทั้งหมด 7 องค์ประกอบด้วยกัน ได้แก่

- 1) สมรรถนะด้านการเสริมสร้างวัฒนธรรมคุณภาพ
- 2) ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพ
- 3) สมรรถนะด้านการประสานงานและมนุษยสัมพันธ์
- 4) สมรรถนะด้านการสร้างความไว้วางใจให้กับผู้ได้บังคับบัญชา
- 5) ความมุ่งมั่นในการบริหารงานคุณภาพในหอผู้ป่วย

- 6) สมรรถนะด้านการเสริมสร้างพลังอำนาจให้กับผู้ใต้บังคับบัญชา
- 7) สมรรถนะด้านการสร้างแรงจูงใจ

3.2 การพัฒนามาตรวัดสมรรถนะสำหรับระดับพนักงานระดับปฏิบัติการ ได้แก่ งานวิจัยของชนิษฐา แสงไตรรัตน์นุกูล (2548) ซึ่งพัฒนามาตรวัดสมรรถนะของพยาบาลประจำการห้องผ่าตัดสูตินรีเวชกรรม การศึกษาใช้ประชากรของพยาบาลประจำการห้องผ่าตัดสูตินรีเวชกรรมที่มีประสบการณ์งานในห้องผ่าตัดสูตินรีเวชกรรมไม่ต่ำกว่า 1 ปี ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 200 คน ในการศึกษา ซึ่งเก็บข้อมูลได้ครบถ้วน 179 ชุด แบบประเมินได้ผ่านการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิและทดสอบความเที่ยงโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้ค่าความเที่ยงโดยรวมเท่ากับ .98 และนำข้อมูลที่ได้จากมาตรวัดไปวิเคราะห์องค์ประกอบด้วยวิธีองค์ประกอบหลักหมุนแกนแบบอโรทอนอล ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ ผลการศึกษาพบว่ามาตรวัดสมรรถนะประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ ซึ่งได้จากการเลือกองค์ประกอบที่มีค่า eigenvalue มากกว่าหรือเท่ากับ 1.00 (ค่า eigenvalue ของ 8 องค์ประกอบมีค่าตั้งแต่ 3.32 – 9.82) ได้แก่

- 1) ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมการพยาบาลผ่าตัด
- 2) สมรรถนะด้านการสื่อสารและจริยธรรมวิชาชีพการพยาบาล
- 3) สมรรถนะด้านทักษะการฟื้นคืนชีพผู้ป่วยผ่าตัดสูตินรีเวชกรรม
- 4) สมรรถนะด้านการบริหารความเสี่ยงในห้องผ่าตัดสูตินรีเวชกรรม
- 5) สมรรถนะด้านการดูแลความปลอดภัยของผู้ป่วยผ่าตัด
- 6) สมรรถนะด้านการส่งเสริมสุขภาพผู้ป่วยผ่าตัดทางสูตินรีเวชกรรม
- 7) สมรรถนะด้านการประสานงานและมนุษยสัมพันธ์
- 8) สมรรถนะด้านการบริหารจัดการ

จากงานวิจัยของ ชนิษฐา แสงไตรรัตน์นุกูล (2548) ผู้วิจัยพบว่า งานวิจัยดังกล่าวได้ใช้การประเมินโดย 3 กลุ่ม ได้แก่ ประเมินตนเอง ประเมินโดยหัวหน้าห้องผ่าตัด และ ประเมินโดยพยาบาลผู้ร่วมงาน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันและหาความสอดคล้องของมาตรวัดระหว่างผู้ประเมิน

3.3 การพัฒนามาตรวัดสมรรถนะสำหรับระดับนิสิต ได้แก่ งานวิจัยของราชัย ฉำทรัพย์ (2545) ซึ่งผู้วิจัยพบว่า ราชัย ฉำทรัพย์ (2545) ได้พัฒนามาตรวัดสมรรถนะขึ้นมาเพื่อวัดสมรรถนะเชิงวิชาชีพการตลาดของนิสิตระดับปริญญาบัณฑิต ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยแบ่งออกเป็น 6 องค์ประกอบ จากการศึกษาทำให้ได้องค์ประกอบดังนี้

- 1) สมรรถนะด้านการวิเคราะห์
- 2) สมรรถนะด้านการขาย
- 3) สมรรถนะด้านการสื่อสารและส่งเสริมการตลาด
- 4) ความรู้ทางการสื่อสาร
- 5) สมรรถนะด้านการบริหารการขาย
- 6) สมรรถนะด้านสมรรถภาพที่ส่งเสริมความสำเร็จ

งานวิจัยของราชัย ฉำทรัพย์ (2545) ดังกล่าว เก็บข้อมูลจากหลักสูตรการตลาด 4 ปี ภาคภาษาไทย จำนวน 20 หลักสูตร คณาจารย์ผู้สอนวิชาเอกการตลาด 71 ท่าน หัวหน้างานทางการตลาด 123 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการ 26 ท่าน และ นิสิตชั้นปีที่ 4 สาขาการตลาด จำนวน 367 คน และใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง ค่าความยากและอำนาจจำแนกของข้อกระทง และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง การศึกษาดังกล่าว ทำให้ได้มาตรวัดสมรรถนะที่เป็นประโยชน์ในการประเมินสมรรถนะของนิสิต ซึ่งได้ผ่านการทดสอบความเที่ยงตามสูตร KR20 เท่ากับ .90 และความตรงทั้งความตรงตามเกณฑ์และความตรงตามภาวะสันนิษฐานจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเช่นเดียวกันกับงานวิจัยอื่นๆ และข้อกระทงส่วนใหญ่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางบวกกับคะแนนรวมอย่างน้อยสำคัญที่ระดับ .01

จากการค้นคว้าของผู้วิจัยพบว่า ในประเทศไทยยังไม่มีการศึกษาและพัฒนามาตรวัดสมรรถนะด้านจิตสำนึกในการให้บริการ แต่มีการศึกษาของกฤษณ์ อริยะพุทธิพงศ์ และ อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์ (2548) เท่านั้น ที่ได้พัฒนาแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อการประเมินการมีใจให้บริการ โดยคิดเป็นคะแนนสำหรับนำไปใช้ในการพิจารณาตัดสินใจคัดเลือกบุคลากร ซึ่งทดสอบความเที่ยงระหว่างผู้สังเกตด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของผู้สัมภาษณ์คนที่หนึ่งและคนที่สอง และทดสอบความตรงตามเกณฑ์สัมพัทธ์แบบตามสภาพ ภายหลังจากการปรับแก้ค่าด้วยความเที่ยงแล้ว การตรวจสอบความตรงด้วย Known Group Technique ทำให้สามารถแบ่งแยกระหว่างกลุ่มที่มีใจให้บริการสูงและต่ำซึ่งระบุโดยหัวหน้าและ/หรือ ลูกค้าภายในได้

อย่างไรก็ตาม การพัฒนามาตรวัดสมรรถนะในด้านนี้ของผู้วิจัยจะมีความแตกต่างกันตรงที่มาตรวัดสมรรถนะจะสามารถนำไปใช้กับการวัดขั้นต้นโดยทั่วไปซึ่งใช้ได้กับคนจำนวนมากพร้อมๆ กันและเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เนื่องจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างนั้นต้องให้ผู้สัมภาษณ์หลายคนที่มีคุณสมบัติเหมาะสม นอกจากนั้น การสัมภาษณ์ยังสามารถทำได้ครั้งละ 1 คนเท่านั้น ทำให้วิธีการดังกล่าวนี้จะต้องใช้เวลาค่าใช้จ่ายสูง และอาจมีปัญหาเรื่องความลำเอียงในการให้คะแนนของผู้สัมภาษณ์อีกด้วย ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างนั้นเหมาะสำหรับการใช้เมื่อมีการผ่านการวัดโดยเบื้องต้นมาก่อนแล้ว

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนามาตรวัดสมรรถนะของบุคคลในด้านจิตสำนึกในการให้บริการสำหรับใช้คัดเลือกบุคลากร

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้มีขอบเขตของการวิจัย คือ ศึกษาและพัฒนามาตรวัดสมรรถนะด้านจิตสำนึกในการให้บริการ (Service Orientation) ของพนักงานที่ทำงานด้านบริการโดยทั่วไป โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่รู้ความแตกต่างอย่างชัดเจน (Contrasted Group) คือ เจ้าหน้าที่มัคคุเทศก์ของบริษัทท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่สายเทคโนโลยีของธนาคารเอกชนแห่งหนึ่ง

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

จิตสำนึกในการให้บริการ (Service Orientation) หมายถึง ความเข้าใจในความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า (Need and Expectation) เพื่อเสนอบริการ (Service Delivery) ที่สร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับลูกค้า (Customer's Satisfaction) โดยการแสดงกิริยาและพฤติกรรมได้อย่างเหมาะสม (Behavior) ซึ่งในงานวิจัยนี้วัดได้โดยมาตรวัดจิตสำนึกในการให้บริการที่พัฒนาขึ้นโดยผู้วิจัยตามนิยามของผู้วิจัยและแนวคิดของ Lytle et al. (1998) และ กฤษณ์ อริยะะพุทธิพงศ์ และ อานนท์ คักดีวรวิชัย (2548) ซึ่งประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ความเข้าใจในความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า หมายถึง การศึกษาและทำความเข้าใจในความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

- โดยให้ความสำคัญกับรายละเอียดต่างๆ ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ เพื่อสามารถนำเสนอได้ตรงกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
2. การเสนอบริการที่มีคุณภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับลูกค้า หมายถึง การเสนอบริการที่ตรงความต้องการและเกินความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งสามารถสร้างความพึงพอใจและความประทับใจจากการใช้บริการดังกล่าว ทำให้ลูกค้าปรารถนาที่จะกลับมาใช้บริการอีกในภายหลัง
 3. การแสดงกิริยาและพฤติกรรมในการให้บริการได้อย่างเหมาะสม หมายถึง ลักษณะการแสดงกิริยาท่าทาง พฤติกรรม การแต่งกาย รวมถึงการแสดงออกทางอารมณ์ที่เหมาะสมในงานบริการ
 4. การใช้เทคโนโลยีต่างๆ เพื่อการให้บริการที่มีคุณค่าและดีเยี่ยม หมายถึง การศึกษาเรียนรู้เทคโนโลยีและอุปกรณ์ใหม่ๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการให้บริการที่มีคุณภาพ
 5. การป้องกันและแก้ไขความผิดพลาดในการบริการ หมายถึง การเรียนรู้ถึงความผิดพลาดและการวิเคราะห์สาเหตุของความผิดพลาดที่เกิดขึ้น เพื่อหาแนวทางป้องกันไม่ให้เกิดความผิดพลาดขึ้นอีก รวมถึงการแก้ไขปัญหาเมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้น
 6. การฝึกอบรมทักษะการให้บริการที่ดี หมายถึง การสนใจเข้าร่วมการฝึกอบรมและสัมมนาต่างๆ รวมถึงการค้นคว้าหาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานของตน เพื่อพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น
 7. การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและทักษะในการเข้าสังคม หมายถึง การมีบุคลิกภาพที่สามารถเข้ากับผู้อื่นได้ง่ายและเรียนรู้ที่จะอยู่ร่วมในสังคมได้ดี
 8. การมีความมั่นคงทางอารมณ์และความอดทนอดกลั้น หมายถึง การมีบุคลิกภาพที่สามารถควบคุมความรู้สึกและอารมณ์ได้ดีภายใต้สถานการณ์หรือความกดดันจากสิ่งรอบตัว
 9. การเป็นมิตร เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และขอช่วยเหลือผู้อื่น หมายถึง การมีบุคลิกภาพที่ขอช่วยเหลือผู้อื่น มีน้ำใจ ใจกว้าง และเป็นมิตรกับผู้อื่น

เจ้าหน้าที่มัคคุเทศก์ หมายถึง ผู้ที่ให้บริการนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ และให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติและความสำคัญของสถานที่ รวมถึงประเพณีนิยมและศิลปวัฒนธรรมต่างๆ ตลอดจนทำหน้าที่ในการให้บริการและอำนวยความสะดวกในเรื่องการนัดหมายเวลา จัดหาที่พัก เครื่องดื่มและอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว ในงานวิจัยนี้ ใช้เจ้าหน้าที่มัคคุเทศก์จาก 4 บริษัทท่องเที่ยว

เจ้าหน้าที่สายเทคโนโลยี หมายถึง ผู้ที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ในการพัฒนาหรือสร้างระบบงานตามที่ได้รับมอบหมาย ในงานวิจัยนี้ ใช้เจ้าหน้าที่สายเทคโนโลยีจากธนาคารเอกชนแห่งหนึ่ง

นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หมายถึง นิสิตที่กำลังศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี ทุกคณะหรือภาควิชาของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในงานวิจัยนี้ ใช้นิสิตปีที่ 3 ขึ้นไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อพัฒนามาตรวัดสมรรถนะด้านจิตสำนึกในการให้บริการที่สามารถนำไปใช้คัดเลือกบุคลากร
2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนามาตรวัดสมรรถนะอื่นๆ ต่อไป