การพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

THE DEVELOPMENT OF TRAVEL SERVICE USING
BUDDHIST PSYCHOLOGY FOR TRAVEL
AGENT ENTREPRENEURS

นายกฤษณะ ธรรมสาส์น

ดุษฎีนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
พุทธศักราช ๒๕๕๙

การพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

นายกฤษณะ ธรรมสาส์น

ดุษฎีนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
พุทธศักราช ๒๕๕๙

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)

The Development of Travel Service Using Buddhist Psychology for Travel Agent Entrepreneurs

Mr. Krisana Thammasan

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of
The Requirement for The Degree of
Doctor of Philosophy
(Buddhist Psychology)

Graduate School
Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Bangkok, Thailand
C.E. ๒๐๑๖
(Copyright by Mahachulalongkornrajavidyalaya University)

ดุษฎีนิพนธ์ : การพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว
ผู้วิจัย : นายกฤษณะ ธรรมสาส์น
ปริญญา : พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต (พุทธจิตวิทยา)
คณะกรรมการควบคุมดุษฎีนิพนธ์
: พระมหาสุทิตย์ อาภากโร (อบอุ่น), ดร.,ป.ธ.๗, ร.บ., พธ.ม., พธ.ด.,
: ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง, น.ธ.เอก, พม., พธ.บ. M.A., Ph.D. (Psychology)
วันสำเร็จการศึกษา : ๓๐ มิถุนายน ๒๕๕๙

บทคัดย่อ

การศึกษาการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเป็นระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Methods) ทั้งด้านการวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์ (๑) เพื่อศึกษาหลักจิตวิทยาบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว และหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการ (๒) เพื่อพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว (๓) เพื่อเสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ จำนวน ๒๐๔ คน และผู้ให้ข้อมูลหลักในเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก จำนวน ๑๐ คน และการสนทนากลุ่มแบบเจาะ- จง จำนวน ๑๐ คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า

๑. การศึกษาหลักจิตวิทยาบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว และหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการ ผลการศึกษาพบว่า จิตวิทยาบริการเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการแสดงออกของมนุษย์สามารถพยากรณ์ ควบคุมหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถอำนวยความสะดวกช่วยเหลือ ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด ให้ได้มาซึ่งการบริการที่มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความสุข ความประทับใจ และในการพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธบูรณาการ เป็นการนำหลักธรรมสาราณียธรรม ๖ หลักสังคหวัตถุ ๔ และหลักพรหมวิหาร ๔ ในทางพุทธศาสนานำมาประพฤติและปฏิบัติ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการพัฒนาธุรกิจการบริการ เป็นธรรมทำให้ระลึกถึงกันทั้งต่อหน้าและลับหลัง หลักธรรมที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ ถือมีความสำคัญต่องานด้านการให้บริการเป็นอย่างยิ่ง

๒. รูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวจากการวิจัยเชิงปริมาณ จากผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสำคัญของแนวคิดจิตวิทยาบริการ โดยภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญอยู่ในระดับ “มาก” โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๓๒ ($\overline{X}$ =๔.๓๒, S.D = ๐.๑๐) รองลงมา ด้านแนวปฏิบัติในการให้การบริการตามหลักจิตวิทยาบริการ โดยภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญอยู่ในระดับ “มาก” โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๙๔ ($\overline{X}$ =๓.๙๔, S.D = ๐.๗๙) และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านพัฒนารูปแบบการ

บริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว โดยภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในระดับ "ปานกลาง" โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๔๕ ($\overline{X}$ =๓.๔๕, S.D = ๑.๐๘)

๓. การพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว จากการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก และการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง จำนวนอย่างละ ๑๐ คน พบว่า เป็นการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาที่เหมาะสมกับอาชีพการให้บริการ มีการวางแผนงานด้านการบริการ มีการจัดโปรแกรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมหลักธรรมด้านการบริการ มีการจัดกิจกรรมการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาขึ้น โดยการใช้หลักธรรม ในการปฏิบัติงานจริง เพื่อให้การบริการบรรลุเป้าหมาย เช่น การใช้หลักสาราณียธรรม ๖ หลักพรหมวิหาร ๔ และหลักสังคหวัตถุ ๔ รู้จักปรับตัวให้เข้ากับผู้รับบริการได้ และเคารพรับฟัง ความคิดเห็นกัน การรู้จักใช้วิธีการพูดในเชิงบวก และมีการประชุมทุกสัปดาห์ เพื่อเป็นการพัฒนาจิตวิทยาบริการให้ดียิ่งขึ้น

๔. เสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว จากการศึกษาเชิงปริมาณจากผู้ตอบแบบสอบถาม และการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพจากการเปรียบเทียบความสอดคล้องผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ โดยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก และการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง พบว่า การพัฒนารูปแบบจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในกระบวนการพัฒนามนุษย์นั้นในการพัฒนารูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวนั้น โดยใช้หลักธรรมที่เรียกว่า หลักสาราณียธรรม ๖ หลักพรหมวิหาร ๔ และหลักสังคหวัตถุ ๔ ซึ่งเป็นตัวแกนสำคัญในการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

Dissertation Title	:	The Development of Travel Service Using Buddhist Psychology for Travel Agent Entrepreneurs
Author	:	Mr. Krisana Thammasan
Degree	:	Doctor of Philosophy (Buddhist Psychology)
Dissertation Supervisory Committee		
	:	Phramaha Suthit Abhakaro (Oboun), Pali VII, B.A., M.Sc. (Community Development), Ph.D. (Buddhist Studies)
	:	Asst. Prof. Dr. Siriwat Srikhruedong, M.A., Ph.D. (Psychology)
Date of Graduation	:	June 30th, 2016

Abstract

The research of development of travel service using Buddhist psychology for travel agent entrepreneurs applies mixed research methodology both Qualitative Research and Quantitative Research. The objectives are (1) to study the conceptual theory of development psychology service & Buddhist psychology for tourism business and business promotion; (2) to study the development of travel service using Buddhist psychology for travel agent entrepreneurs; and (3) to propose the principle of travel service using Buddhist psychology for travel agent entrepreneurs. The quantitative samples in this research study include the people related to tourism business and the qualitative samples include the people related to tourism business for more than 15 years. The quantitative data collection method was applied for data collection from 204 people through in-depth interview for 10 people and focus group discussion for 10 people. The statistical methods involve are Standard deviation, Hypothesis testing, Mean and Paired Samples t-test.

The findings of research results were as follows.

1. The study of the conceptual theory of development psychology service & Buddhist psychology for tourism business and business promotion shown that the service psychology is a study about the human behaviors that can predict, control or change any behaviors properly in order to make service providers can support and

satisfy customers to maximize their contentment with quality and efficient service so that customers feel happy and impressed. For the innovative Buddhist-based service psychology, it is about applying 6 principles states of conciliation (Sàraõãyadhamma), 4 bases of sympathy (Saïgahavatthu) and 4 sublime states of mind (Brahmavihàra) of Buddhist in behaviors and practice to maximize benefit of the development of service business. These principles make service providers remind of customers both in front of their faces and behind their backs so all principles are crucial for service business.

2. For quantitative research of the development of innovative Buddhist-based service psychology for tourism business, the results from questionnaires and analyzed data in the aspect of Buddhist-based service psychology indicate that answerers realized an importance in “High” level with an average of 4.32 ($\overline{X}$ =4.32, S.D = 0.10). Second, the analyzed data in the aspect of practical guideline in service based on service psychology principle indicate that answerers realized an importance in “High” level with an average of 3.94 ($\overline{X}$ =3.94, S.D = 0.79). And the last one with a minimum average, the analyzed results in the aspect of the development of service model based on Buddhist psychology for tourism business indicate that answerers realized an importance in “Moderate” level with an average of 3.45 ($\overline{X}$ =3.45, S.D=1.08).

3. For qualitative research, the consistent comparison of people related in service business was applied by using in-depth interview and focus group discussion for 10 people. The results shown that development of Buddhist service psychology for tourism business is the Buddhist-based service psychology that suitable for service-provider job. There are service planning and program management to promote Buddhist principle including activities for the Buddhist-based service psychology by applying Buddhist principle in practical use in order to reach service targets such as 6 principles of states of conciliation (Sàraõãyadhamma), 4 bases of sympathy (Saïgahavatthu) and 4 sublime states of mind (Brahmavihàra), adapting themselves to customers, respecting other’s opinion, speaking in positive way and weekly meeting for the better in the development of psychological service.

4. Presentation of travel service using Buddhist psychology for travel agent entrepreneurs model for tourism business, the quantitative study from answerers and the qualitative study from the consistent comparison of people related in service business by using in-depth interview and focus group discussion indicates that human development process in the development of Buddhist service psychology for travel agent entrepreneurs used the Buddhist principles including 6 principles of states of conciliation (Sàraõãyadhamma), 4 bases of sympathy (Saïgahavatthu) and 4 sublime states of mind (Brahmavihàra) as the core principles in the development of travel service using Buddhist psychology for travel agent entrepreneurs.

กิตติกรรมประกาศ

งานดุษฎีนิพนธ์เล่มนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ซึ่งงานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความเมตตานุเคราะห์ และคำแนะนำจากคณาอาจารย์และจากบุคคลหลายฝ่าย ซึ่งผู้วิจัยขอระบุนามไว้ เพื่อแสดงความขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้ กล่าวคือ

กราบขอบพระคุณคณาอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้มีเมตตา ทั้งฝ่ายบรรพชิต และคฤหัสถ์ โดยเฉพาะพระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร.และผศ.ดร สิริวัฒน์ ศรีเครือดง ซึ่งเป็นผู้ดูแลในการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาวิชา และเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และเป็นผู้เชี่ยวชาญ ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำแนะนำปรึกษา ตรวจสอบแก้ไข ปรับปรุงงาน วิจัยด้วยดีเสมอมา และขอขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่ห้องสมุดมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยทุกท่าน ที่อำนวยความสะดวกในค้นคว้าด้านงานวิจัยเป็นอย่างดีเสมอมา และกราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิกรุณาตรวจสอบเครื่องมือวิจัยที่สละเวลาตรวจสอบไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถาม ขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ร่วมผู้ให้การสัมภาษณ์เชิงลึก และผู้ร่วมสนทนากลุ่มแบบเจาะจงทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือทำให้ดุษฎีนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี ซึ่งนับว่าเป็นผู้ให้ความเมตตาอนุเคราะห์ที่ให้ความร่วมมือในการให้เก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัยข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ กราบขอบพระคุณบิดามารดาผู้มีพระคุณ และครอบครัวซึ่งเป็นที่รักยิ่ง ที่เป็นขวัญและกำลังใจ อีกทั้งกัลยาณมิตร เพื่อนนิสิตที่ร่วมรุ่นที่คอยห่วงใยช่วยเหลือให้การสนับสนุนเกื้อกูลมาโดยตลอด แก่ผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา

ขอความดีทุกๆ ประการในการจัดทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงวิชาการ จัดทำขึ้นเพื่อเป็นธรรมทานแก่ผู้สนใจทั่วไป ขออนุโมทนาในกุศลนี้ให้กับคุณพ่อสมควร และคุณแม่จีราภา ธรรมสาส์น และผู้มีพระคุณทั้งหลาย ทุกท่านเทอญ

นายกฤษณะ ธรรมสาส์น

๑๔ เมษายน ๒๕๕๙

สารบัญ

เรื่อง **หน้า**

บทคัดย่อภาษาไทย ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ค
กิตติกรรมประกาศ ฉ
สารบัญ ช
สารบัญตาราง ญ
สารบัญแผนภูมิ ฎ
คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ ฏ

บทที่ ๑ บทนำ ๑
๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ๑
๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย ๔
๑.๓ ขอบเขตการวิจัย ๔
๑.๔ ปัญหาที่ต้องการทราบ ๖
๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย ๖
๑.๖ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ๗

บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ๘
๒.๑ การพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว ๙
๒.๑.๑ ความหมายจิตวิทยาบริการ ๑๑
๒.๑.๒ กระบวนการบริการ ๑๓
๒.๑.๓ ลักษณะของการบริการ ๑๔
๒.๑.๔ ประเภทของการบริการ ๑๖
๒.๑.๕ องค์ประกอบของการบริการ ๑๗
๒.๑.๖ ความสำคัญของการบริการ ๑๙
๒.๑.๗ เทคนิคของการบริการ ๒๓
๒.๑.๘ คุณภาพของการบริการ ๒๕
๒.๑.๙ ประโยชน์ของการให้บริการ ๒๙
๒.๑.๑๐ การสร้างจิตวิทยาเชิงคุณค่าต่อการบริการ ๒๙
๒.๒ ความพึงพอใจของการบริการ ๓๐
๒.๒.๑ ความหมายของความพึงพอใจ ๓๐
๒.๒.๒ ลักษณะของความพึงพอใจ ๓๒
๒.๒.๓ องค์ประกอบของความพึงพอใจ ๓๒

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง **หน้า**

๒.๓ ความหมายการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว ๓๓
๒.๓.๑ ความหมายการท่องเที่ยว ๓๓
๒.๓.๒ การท่องเที่ยวกับมุมมองทางจิตวิทยา ๓๕
๒.๓.๓ ค่านิยม และการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงจิตวิทยา ๓๗
๒.๓.๔ ความหมาย และลักษณะการท่องเที่ยวเชิงพุทธ ๔๐
๒.๔ ความหมายนักท่องเที่ยว ๔๒
๒.๕ หลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการ ๔๓
๒.๕.๑ สาราณียธรรม ๖ ๔๓
๒.๕.๒ หลักสังคหวัตถุ ๔ ๔๕
๒.๕.๓ หลักพรหมวิหาร ๔ ๔๗
๒.๖ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ๕๐
๒.๗ กรอบแนวคิดในการวิจัย ๖๑

บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย **๖๒**
๓.๑ รูปแบบการวิจัย ๖๒
๓.๒ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ๖๔
๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ๖๕
๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล ๖๘
๓.๕ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ๖๙
๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล ๗๐

บทที่ ๔ ผลการวิจัย **๗๒**
ผลการศึกษาข้อมูลตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย ๗๒
๑. หลักจิตวิทยาบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว และหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการ ๗๒
๒. พัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว ๗๕
๓. เสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว ๑๒๕

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง **หน้า**

บทที่ ๕ สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ **๑๓๒**
๕.๑ สรุปผลการวิจัย ๑๓๒
๕.๒ อภิปรายผลการวิจัย ๑๓๗
๕.๓ ข้อเสนอแนะ ๑๔๒

บรรณานุกรม **๑๔๔**
ภาคผนวก **๑๔๙**
ผนวก ก รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย ๑๕๐
ผนวก ข ตารางค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถาม ๑๕๗
ผนวก ค แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย ๑๖๔
ผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ๑๗๒
ผนวก จ ประมวลภาพการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม ๑๙๖
ประวัติผู้วิจัย **๒๐๐**

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

๔.๒ วิเคราะห์ผลข้อมูลของแบบสอบถาม ๗๕
๔.๒.๑ ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ๗๕
๔.๒.๒ แนวคิดจิตวิทยาบริการ ๘๑
๔.๒.๓ การพัฒนาจิตวิทยาบริการ ๘๔
๔.๒.๔ พัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว ๘๗
๔.๒.๕ ข้อเสนอแนะ และปัญหาอุปสรรคในการให้บริการเชิงจิตวิทยา ๘๙
๔.๒.๖ ผลวิเคราะห์การพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว ๙๑
๔.๒.๖.๑ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก และการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง ๙๑
๔.๑ แสดงแผนภูมิ สรุปแนวคิด และความสำคัญของจิตวิทยาบริการ ๙๗
๔.๒ แสดงแผนภูมิ สรุปจิตวิทยาบริการกับการบริการด้านท่องเที่ยว ๑๐๒
๔.๓ แสดงแผนภูมิ สรุปหลักธรรมทางพุทธศาสนากับการประยุกต์ใช้ในอาชีพการบริการ ๑๑๑
๔.๔ แสดงแผนภูมิ สรุปการพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว ๑๑๖
๔.๕ แสดงแผนภูมิ สรุปการพัฒนาจิตวิทยาบริการตามแนวพระพุทธศาสนาโดยการสอน และแนะนำเพื่อนร่วมงาน ๑๑๙
๔.๖ แสดงแผนภูมิ แสดงการเสนอรูปแบบหลักจิตวิทยาบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว ๑๒๕
๔.๗ แสดงแผนภูมิ แสดงการเสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว ตามหลักสาราณียธรรม ๖ ๑๒๖
๔.๘ แสดงแผนภูมิ แสดงการเสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว ตามหลักสังคหวัตถุ ๔ ๑๒๗
๔.๙ แสดงแผนภูมิ แสดงการเสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว ตามหลักพรหมวิหาร ๔ ๑๒๘
๔.๑๐ แสดงแผนภูมิโมเดลองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย ๑๒๙

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่ **หน้า**

๒.๑ แสดงแผนภาพสรุปแนวคิด และทฤษฎี ๔๙
๒.๒ แสดงแผนภาพ กรอบแนวคิดในการวิจัย ๖๑
๔.๑ แสดงการเสนอรูปแบบหลักจิตวิทยาบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว ๑๒๕
๔.๒ แสดงการเสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว ตามหลักสาราณียธรรม ๖ ๑๒๖
๔.๓ แสดงการเสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว ตามหลักสังคหวัตถุ ๔ ๑๒๗
๔.๔ การเสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว ตามหลักพรหมวิหาร ๔ ๑๒๘
๔.๕ สรุปโมเดลองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย ๑๒๙

คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ

อักษรย่อในดุษฎีนิพนธ์นี้ ใช้อ้างอิงจากพระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย โดยได้กล่าวถึงแหล่งที่มา/เล่ม/ข้อ/และหน้าตามลำดับ เช่น องฺ.ติก. (ไทย). ๒๐/๓๕/๑๘๙. หมายถึง อังคุตตรนิกาย ติกนิบาต เล่มที่ ๒๐ ข้อที่ ๓๕ หน้า ๑๘๙ คำย่อและอักษรเต็ม มีดังต่อไปนี้

พระสุตตันตปิฎก

ที.ม.	(ไทย)	=	สุตตันตปิฎก	ทีฆนิกาย	มหาวรรค	(ภาษาไทย)
ที.ปา.	(ไทย)	=	สุตตันตปิฎก	ทีฆนิกาย	ปาฏิกวรรค	(ภาษาไทย)
องฺ.จตุกฺก.	(ไทย)	=	สุตตันตปิฎก	อังคุตตรนิกาย	จตุกกนิบาต	(ภาษาไทย)
องฺ.ทสก.	(ไทย)	=	สุตฺตนฺตปิฎก	องฺคุตฺตรนิกาย	ทสกนิปาต	(ภาษาไทย)

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สังคมมนุษย์มีกิจกรรมในการทำงานร่วมกับสิ่งต่างๆ ที่มีอยู่ในธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้นเอง เพื่อผลิตสิ่งของและบริการ กระจายแลกเปลี่ยนซื้อขายกัน เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ ซึ่งเรียกว่า การประกอบธุรกิจ[๑] ในโลกยุคปัจจุบันซึ่งเป็นโลกของข้อมูลข่าวสารและทันสมัย ธุรกิจมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว อีกทั้งยังสามารถทำกำไรให้กับผู้ประกอบการได้อย่างมหาศาล ก็คือธุรกิจบริการนั่นเอง ผลของเทคโนโลยีและความเปิดกว้างทางการค้า ทำให้อุตสาหกรรมบริการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดึงดูดผู้ประกอบผู้ประกอบการจำนวนมากเข้ามาสู่ธุรกิจ เมื่อผู้ประกอบการสร้างธุรกิจขึ้นแล้ว เขาย่อมต้องการบุคลากรเพื่อมาปฏิบัติงานให้บริการลูกค้า ผู้ที่กำลังจะเตรียมตัวเข้ามาสู่ตลาดแรงงานในธุรกิจบริการ หรือผู้ที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกร รมนี้อยู่แล้ว จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจ “การบริการ”ในมุมมองที่เป็นเชิงกลยุทธ์มากขึ้น ลูกค้าได้รับความพอใจหรือไม่พอใจก็จะเกิดความรู้สึกในทันที งานบริการเป็นงานให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวก ดังนั้นเมื่อผู้บริการได้รับการสนองตอบ ตรงตามต้องการก็จะแสดงออกถึงความรู้สึกที่ดี แต่ในทางกลับกันถ้าไม่ได้รับความพอใจก็จะเกิดความรู้สึกในทางที่ไม่ดีต่อผู้ให้บริการและองค์การที่ให้บริการในทันทีเช่นกัน

การพัฒนาองค์การ ต้องเริ่มจากพัฒนาคน เพื่อให้เกิดการยอมรับและเห็นความสำคัญในบทบาทของตนเองในการเสริมสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า องค์การที่ประสบความสำเร็จจะให้ความสำคัญมากต่อพนักงาน และพยายามอย่างยิ่งที่จะทุ่มเทให้ความสนใจพนักงานเพื่อให้พนักงานมีความ สุขในการปฏิบัติงานของตนเอง ดังเช่นที่ประธานบริษัทของสายการบิน Virgin Atlantic Airway กล่าวไว้ว่า“ถ้าคุณไม่มีทีมงานที่มีแรงจูงใจและมีความสุขแล้ว คุณจะไม่มีวันสร้างความพอใจแก่ลูกค้าได้เลย”[๒]

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่มีเป้าหมายชัดเจนเพื่อตอบสนองความต้องการจำเป็นบางอย่างของแต่ละบุคคลทางด้านการท่องเที่ยว พฤติกรรมที่มีเป้าหมายนี้จะมีแรงจูงใจเป็นตัวผลักดันรวมอยู่ด้วย จึงส่งเสริมเร่งเร้าให้บุคคลเดินทางมากขึ้น และยังมีอิทธิพลที่ทำให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันทั้งในด้านพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและการบริการการท่องเที่ยว

---

[๑]ดูรายละเอียดใน วิทยากร เชียงกูล,**ธรรมะแก้ปัญหาเศรษฐกิจของประชาชนได้อย่างไร**, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บุญญปัญญา, ๒๕๔๓), หน้า ๒.

[๒]จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, **จิตวิทยาการบริการ**, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท วี.พริ้นท์ จำกัด, ๒๕๕๑), หน้า ๒๔๑-๒๔๒.

และพฤติกรรมทางสังคมที่ผู้ให้บริการต้อนรับสนใจศึกษาและมุ่งหวังที่จะตอบสนองความต้องการจำเป็นเพื่อสร้างความพอใจสูงสุดให้กับนักท่องเที่ยว จนมีความพร้อมและความฝังใจที่จะกลับมาเยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวเดิมอีกครั้งหนึ่ง[๓]

การบริการระดับโลก (World Class Service) นั้น ต้องไปให้ไกลเกินกว่าการตอบสนองความต้องการของลูกค้า แต่จะต้องเป็นการนำเสนอทางแก้ไขปัญหาให้แก่พวกเขา เพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่น่าจดจำกลับไป เมื่อใดก็ตามที่องค์การบริการตระหนักถึงแนวคิดการสร้างประสบการณ์ในการบริการเช่นนี้แล้ว ขอบเขตการให้บริการลูกค้าจะขยายกว้างขึ้น และพัฒนาออกไปได้มากยิ่งขึ้น การบริการที่ผิดพลาดบกพร่องนำความเสียหายมาสู่องค์การ จะพบว่าส่วนใหญ่เกิดจากคน องค์การหลายแห่งเคยได้รับชื่อเสียงยกย่องว่าให้บริการดี แต่พอเปลี่ยนทีมงานที่ให้บริการก็มีเสียงสะท้อนว่า ให้บริการด้อยคุณภาพ หรือให้บริการไม่ดีดังเดิม และอาจถึงขึ้นทำให้เสียผู้รับบริการเดิมไปก็ได้[๔]

ประเทศไทยถึงแม้ว่าจะได้สมญานามว่า“สยามเมืองยิ้ม หรือดินแดนแห่งรอยยิ้ม” หรือมีชื่อเสียงทางด้านการให้บริการติดอันดับ ๑ ใน ๑๐ ของโลก แต่ความต้องการและความจำเป็นที่ต้องพัฒนาคุณภาพทางด้านบริการในองค์การต่างๆ อีกเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะธุรกิจทางด้านการให้บริการไม่ว่าจะเป็น การท่องเที่ยว โรงแรม ภัตตาคาร ห้างสรรพสินค้าธุรกิจการขาย และธุรกิจการบริการอื่นๆ ซึ่งได้เล็งเห็นแล้วว่ายังขาดบุคลากรที่จะทำหน้าที่เกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการอยู่อีกมาก[๕]

ในปัจจุบันธุรกิจต่างๆ มีการแข่งขันกันมากขึ้นเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้รับบริการและการที่ผู้คนได้รับการศึกษามากขึ้น ทำให้ผู้รับบริการได้รู้เห็นและได้สัมผัสกับสิ่งต่างๆ มากขึ้นผู้รับบริการจึงมีความต้องการมากขึ้น ซึ่งในบางครั้งก็เกินกว่าที่หน่วยงานบริการและผู้ปฏิบัติงานให้บริการจะเข้าใจได้ และยิ่งไปกว่านั้นผู้รับบริการในปัจจุบันยังมีความกล้าคิด กล้าแสดงออกและกล้าแสดงความคิดเห็นมากขึ้น อีกทั้งยังรับรู้ถึงสิทธิที่ตนเองควรจะได้รับมากขึ้น ซึ่งผลที่ตามมาก็คือ ผู้รับบริการกล้าที่จะตำหนิ ต่อว่า หรือร้องเรียนมากขึ้นหากไม่พึงพอใจกับการบริการที่ตนเองได้รับด้วยเหตุนี้การทำความเข้าใจกับความไม่พึงพอใจและพฤติกรรมการร้องเรียนของผู้รับบริการ จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อหน่วยงานบริการและผู้ปฏิบัติงานให้บริการเป็นอย่างยิ่ง[๖]

---

[๓] ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**, งานวิชาการ, (คณะมนุษยศาสตร์: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๔), หน้า ๑๐.

[๔] จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, **ศิลปะการให้บริการ**, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท วี. พริ้นท์ จำกัด, ๒๕๕๕), หน้า ๑๒-๑๕.

[๕] สมชาย กิจยรรยง, **บริการสร้างความประทับใจ**, (กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชัน , ๒๕๓๖), หน้า ๓.

[๖]ระวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์, **จิตวิทยาการบริการ**, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, ๒๕๕๑), หน้า ๒๐๑.

ผู้ประกอบการไม่ว่าจะเป็นบริษัทท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม หรือผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน แนวทางการพัฒนาโดยการใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวนำ หรือที่เรียกว่า“Creative Economy”เนื่องจากโลกการตลาดสมัยใหม่ว่าด้วยเรื่อง “แก่น” ของการตลาดอย่างแท้จริง นั่นคือคำว่า “Value” หรือ “คุณค่า” ซึ่งเป็นแก่นแท้ของการตลาด เช่นเดียวกันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องหาให้เจอว่าอะไรคือ คุณค่าแท้ ที่ทำให้ผู้บริโภคยอมจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้า/บริการของตนเอง “Creative Economy” ความรู้การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แปลออกมาเป็นธุรกิจใหม่ “Value Innovation” เป็นวัตกรรมความคิดใหม่ที่มีคุณค่าตรงกับความต้องการของลูกค้า[๗]

เป้าหมายสูงสุดในการบริการคือ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ทุกองค์การบริการดำเนินธุรกิจก็เพื่อวัตถุประสงค์เดียวกันนี้ ดังนั้นในฐานะผู้ให้บริการควรทำสิ่งใดบ้าง เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด กิจการบริการก็จะประสบความสำเร็จและมีความมั่นคงในการดำเนินงานอย่างราบรื่น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการจะทำให้ตระหนักถึงคุณค่าของการสร้างและรักษาความพึงพอใจของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ทั้งในฐานะของลูกค้าและผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในกระบวนการบริการ ในขณะเดียวกันก็จะได้ศึกษาถึงผลของความไม่พึงพอใจของลูกค้าที่อาจมีต่อธุรกิจอีกด้วย[๘]

การศึกษาแบบบูรณาการเป็นการนำสิ่งที่ศึกษามาปรับแต่งผสมผสานกันจนก่อให้เกิดองค์รวมที่สมบูรณ์ ดังนั้น ในการบูรณาการพระพุทธศาสนากับศาสตร์สมัยใหม่ จึงต้องมีการปรับองค์ความรู้ทั้งสองสายให้เชื่อมโยงเข้าหากัน วิธีการศึกษาแบบบูรณาการพระพุทธศาสนากับศาสตร์สมัยใหม่ วิธีบูรณาการเป็นการปรับพระพุทธศาสนาเข้าหาศาสตร์สมัยใหม่ คือ ใช้ศาสตร์สมัยใหม่เป็นตัวตั้งแล้วนำหลักธรรมในพระพุทธศาสนามาเป็นส่วนเสริมเพื่อช่วยให้เกิดความสมบูรณ์ด้วยมิติทางศีลธรรมของศาสนา วิธีการนี้ใช้กับการศึกษาแบบธรรมประยุกต์ คำว่า “ประยุกต์” หมายถึง “ปรับใช้ประโยชน์” ดังนั้น วิธีบูรณาการก็คือ การศึกษาแบบธรรมประยุกต์ ซึ่งหมายถึงการปรับใช้ธรรมให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ โดยอาศัยศาสตร์สมัยใหม่เป็นสะพาน วิธีการนี้นอกจากจะช่วยทำให้ธรรมเป็นอกาลิโก คือไม่ล้าสมัย เพราะสามารถปรับเข้ากับวิถีชีวิตของทุกคนทุกยุคทุกสมัย แล้วยังจะเป็นการช่วยนำศีลธรรมกลับมาสู่โลกนี้อีกด้วย ดังนั้นพระพุทธศาสนาจึงมีหน้าที่สอนธรรมประยุกต์เพื่อใช้ควบคู่ไปกับศาสตร์ทั้งหลายสำหรับผลิตคนที่ทั้งเก่งและดีออกสู่สังคมให้มากยิ่งขึ้น ในมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ก็มีการทำหลักสูตรสร้างรายวิชาที่ประยุกต์พุทธธรรมเข้ากับศาสตร์สาขาต่างๆ ซึ่งเป็นการเสริมธรรม เสริมปัญญาเข้าไปในศาสตร์เหล่านั้น รายวิชาประเภทนี้มักลงท้ายด้วยคำว่า การจัดการเชิงพุทธ พุทธจิตวิทยา ศึกษาศาสตร์แนวพุทธศาสตร์ ธรรมประยุกต์[๙]

---

[๗] ณรงค์ศักดิ์ ผ้าเจริญ, **เอกสารสรุปการบรรยาย การตลาดสมัยใหม่: กลไกสู่ความสำเร็จของธุรกิจท่องเที่ยว.** หัวข้อ “พลังสร้างสรรค์กับสงครามการตลาด”, ม.ป.ป., หน้า ๒.

[๘] จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, **ศิลปะการให้บริการ**, หน้า ๓๙-๔๐.

[๙] พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต, ศ.ดร),**วิธีบูรณาการพระพุทธศาสนากับศาสตร์สมัยใหม่**, เรียบเรียงจากปาฐกถาในการสัมมนาพุทธศาสตรบัณฑิตของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ณ หอประชุมพุทธมณฑล อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม เมื่อวันศุกร์ที่ ๑๕ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๒, หน้า ๑๑-๑๓.

การพัฒนาปัญญาในระดับการพัฒนานี้ จึงต้องมีวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกัน แม้แต่การเผยแผ่ของพระพุทธองค์จะมุ่งตรงต่อการพัฒนา แต่ก็ต้องผ่านวัตถุประสงค์ในการพัฒนาแทบทั้งสิ้น ในการพัฒนามนุษย์นั้น การพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการนี้ ใช้หลักสาราณียธรรม ๖ หลักสังคหวัตถุ ๔ และหลักพรหมวิหาร ๔ ซึ่งเป็นตัวแกนสำคัญของการพัฒนา เพราะทำให้รู้จักสิ่งทั้งหลาย และรู้ที่จะปฏิบัติต่อสิ่งนั้นอย่างไร แต่พร้อมกับปัญญาเกิดขึ้นนั้น มีการปรับตัวเกิดขึ้นทำให้การพัฒนาอย่างมีดุลยภาพครบทั่ว ทำให้เจริญ ทำให้เป็น ทำให้ดีขึ้น

การพระพุทธศาสนาจะอยู่รอดในสังคมใดก็ต้องปรับตัวให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงในสังคมนั้น ในทำนองเดียวกัน มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยจะอยู่รอดในสังคมโลกก็ด้วยการปรับตัวให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงของโลกด้วยการสร้างความเป็นเลิศทางวิชาการด้านพระพุทธศาสนา ความเป็นเลิศนี้จะเกิดไม่ได้ ถ้าไม่มีการบูรณาการพระพุทธศาสนากับศาสตร์สมัยใหม่ ปรับศาสตร์เข้าหาพระพุทธศาสนาและปรับพระพุทธศาสนาเข้าหาศาสตร์ จึงจะบรรลุเป้าหมายตามปรัชญามหาวิทยาลัยที่ว่า“จัดการศึกษาพระพุทธศาสนา บูรณาการกับศาสตร์สมัยใหม่ พัฒนาจิตใจและสังคม”[๑๐]

ดังนั้น จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาเรื่องการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว จะทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการ และทำให้ทราบการพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการบูรณาการที่ครอบคลุมทั้งมิติทางร่างกาย จิตใจ สังคม และปัญญา ดังจะมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑.๒.๑ เพื่อศึกษาหลักจิตวิทยาบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว และหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการ

๑.๒.๒ เพื่อพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว

๑.๒.๓ เพื่อเสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

๑.๓ ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods) ทั้งด้านการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิจัยการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

๑.๓.๑ ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้ มีขอบเขตเนื้อหาที่สำคัญ ตามประเด็นต่อไปนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัยไว้ดังนี้

---

[๑๐] พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺจิตฺโต, ศ.ดร),**วิธีบูรณาการพระพุทธศาสนากับศาสตร์สมัยใหม่**, หน้า ๑๕-๑๗.

การเก็บข้อมูลวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) จากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) ทำการสัมภาษณ์เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โรงแรมหรือร้านอาหาร ภัตตาคาร รวมถึงภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี การคัดเลือกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ จำนวนรวม ๒๐ คน เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)จำนวน ๑๐ คน และการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง(Focus group discussion) จำนวน ๑๐ คน โดยวิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก(Key Person)ซึ่งสามารถอ้างอิง และให้ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยจะทำการแจกแบบสอบถามในเรื่องการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วย ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โรงแรมหรือร้านอาหาร ภัตตาคาร รวมถึงภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากประชากรเป้าหมาย จำนวนทั้งสิ้น ๒๐๔ คน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane สามารถอ้างอิงและให้ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว ในประเด็นเกี่ยวกับองค์ธรรมในด้านการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการ

๑.๓.๒ ขอบเขตด้านระยะเวลา ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล ๘ เดือน ระหว่างเดือน สิงหาคม ๒๕๕๗ ถึงเดือน มีนาคม ๒๕๕๘ ประกอบด้วย

๑.๓.๒.๑ การเก็บรวมข้อมูลเชิงเอกสาร ๓ เดือน ระหว่างเดือนสิงหาคม ๒๕๕๗ ถึงเดือน ตุลาคม ๒๕๕๗

๑.๓.๒.๓ การสัมภาษณ์ จะทำการสัมภาษณ์เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โรงแรมหรือร้านอาหาร ภัตตาคาร รวมถึงภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ โดยมีคุณสมบัติ คือ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี เป็นผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จำนวน ๑๐ คน และการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (Focus group discussion) จำนวน ๑๐ คน เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ โดยมีคุณสมบัติ คือ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี ใช้เวลา ๑ เดือน ในเดือน พฤศจิกายน ๒๕๕๗ ในการให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) ในการศึกษาการพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่เต็มใจ และมีเวลา

๑.๔ ปัญหาที่ต้องการทราบ

๑.๔.๑ หลักจิตวิทยาบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยวและหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการเป็นอย่างไร

๑.๔.๒ พัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

๑.๔.๓ เสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

การพัฒนา หมายถึง ทำให้เจริญ การเปลี่ยนแปลงไปในทางเจริญขึ้น หรือการพัฒนาในแง่ของพุทธศาสนา หมายถึง การพัฒนาคนทั้งในด้านร่างกายและจิตใจโดยเน้นในด้านคุณภาพชีวิต และหลักของความถูกต้องพอดีซึ่งให้ผลประโยชน์สูงสุด ความกลมกลืน และความเกื้อกูลแก่สรรพชีวิตโดยไม่เบียดเบียนซึ่งกันและกัน

จิตวิทยาบริการ หมายถึง การศึกษาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการบริการและการจัดการระบบการบริการเพื่อให้ได้มาซึ่งการบริการที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ ควบคุมพฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลซึ่งเกี่ยวข้องกับการกระทำในอันที่จะตระหนักถึงและตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของบุคคลอื่น เพื่อให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด และเกิดความประทับใจจากผลของการกระทำในธุรกิจบริการนั้น

พุทธจิตวิทยาการบริการ หมายถึง การนำองค์ความรู้ทางด้านจิตวิทยามาบูรณาการร่วมกับหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา เพื่อกำหนดเป็นแนวทาง วิธีการ ในการปัญหาในการบริการ เป็นการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการบริการ และการจัดการระบบการบริการเพื่อให้ได้มาซึ่งการบริการที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ ควบคุมพฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลซึ่งเกี่ยวข้องกับการกระทำในอันที่จะตระหนักถึงและตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของบุคคลอื่น เพื่อให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด และเกิดความประทับใจจากผลของการกระทำในธุรกิจบริการนั้น เป็นการประยุกต์ใช้หลักธรรมที่เรียกว่า หลักสาราณียธรรม ๖ หลักสังคหวัตถุ ๔ และหลักพรหมวิหาร ๔ ในทางพุทธศาสนามาประพฤติและปฏิบัติ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการพัฒนาธุรกิจการบริการ

ผู้ประกอบการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่คิดริเริ่มดำเนินธุรกิจขึ้นมาเป็นของตนเอง มีการวางแผนการดำเนินงานธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาเพื่อมุ่งหวังผลกำไรและความเติบโตที่เกิดจากผลดำเนินของธุรกิจตนเอง โดยการเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไป และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานตื่นเต้นหรือเพื่อหาความรู้

๑.๖ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑.๖.๑ ทำให้ทราบหลักจิตวิทยาบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว และหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการ

๑.๖.๒ ทำให้ทราบพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว

๑.๖.๓ ทำให้ทราบการเสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

บทที่ ๒

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง "การพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว" เพื่อศึกษาหลักจิตวิทยาบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว และหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการ โดยในบทนี้ผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาออก เป็นดังต่อไปนี้

๒.๑ การพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว
- ๒.๑.๑ ความหมายจิตวิทยาบริการ
- ๒.๑.๒ กระบวนการบริการ
- ๒.๑.๓ ลักษณะของการบริการ
- ๒.๑.๔ ประเภทของการบริการ
- ๒.๑.๕ องค์ประกอบของการบริการ
- ๒.๑.๖ ความสำคัญของบริการ
- ๒.๑.๗ เทคนิคของการบริการ
- ๒.๑.๘ คุณภาพของการบริการ
- ๒.๑.๙ ประโยชน์ของการให้บริการ
- ๒.๑.๑๐ การสร้างจิตวิทยาเชิงคุณค่าต่อการบริการ

๒.๒ ความพึงพอใจของการบริการ
- ๒.๒.๑ ความหมายของความพึงพอใจ
- ๒.๒.๒ ลักษณะของความพึงพอใจ
- ๒.๒.๓ องค์ประกอบของความพึงพอใจ

๒.๓ ความหมายการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว
- ๒.๓.๑ ความหมายการท่องเที่ยว (Tourism)
- ๒.๓.๒ การท่องเที่ยวกับมุมมองทางจิตวิทยา
- ๒.๓.๓ ค่านิยม และการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงจิตวิทยา
- ๒.๓.๔ ความหมาย และลักษณะการท่องเที่ยวเชิงพุทธ

๒.๔ ความหมายนักท่องเที่ยว (Tourist)

๒.๕ หลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการ
- ๒.๕.๑ หลักสาราณียธรรม ๖
- ๒.๕.๒ หลักสังคหวัตถุ ๔
- ๒.๕.๓ หลักพรหมวิหาร ๔

๒.๖ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๗ กรอบแนวคิดในการวิจัย

๒.๑ การพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว

การพัฒนา หมายถึง ทำให้เจริญ การเปลี่ยนแปลงไปในทางเจริญขึ้น หรือการคลี่คลายไปในทางที่ดี[๑] ส่วนคำว่า“จิตวิทยา”ตรงกับคำศัพท์ภาษาอังกฤษว่า“Psychology”สามารถแยกได้เป็น ๒ คำ คือ คำว่า “Psycho”และคำว่า“Logy” คำว่า“Psycho”มาจากคำในภาษากรีกว่า “Psyche” แปลว่า จิตใจ (Mind) หรือวิญญาณ (Soul) แต่ในทางจิตวิทยาจะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับจิตใจมาก กว่าการศึกษาเกี่ยวกับวิญญาณหรืออำนาจลึกลับ และคำว่า“Logy” หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับจิตใจ หรือที่เรียกว่า“ A Study of Mind”[๒]

พุทธจิตวิทยา หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับจิต และความสำคัญของจิตที่มีต่อกายต่อการเป็นสิ่งมีชีวิตในทางพุทธศาสนา จิตเป็นต้นกำเนิดของการการประพฤติดีชั่ว ในทางพระพุทธศาสนาความเป็นไปการแสดงออกของมนุษย์ทั้งกาย วาจา ใจ โดยเจตนา เป็นกายกรรม วจีกรรม และมโนกรรม หรือใจสำคัญที่สุด[๓]

จิตวิทยาบริการ (Psychology for Service) เมื่อนำคำจำกัดความของคำว่า “จิตวิทยา” และ“การบริการ”มาผสานกัน[๔]ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับพัฒนาการทางความคิด ความหมายของการเชื่อมโยงสู่การนำไปใช้สำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาความคิดและมุมมองเชิงรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ซึ่งจะสามารถยกระดับมาตรฐานการปฏิบัติงานทั้งในส่วนบุคคลและส่วนร่วมของการประกอบการท่องเที่ยวได้

การบริการ หมายถึง งานที่ปฏิบัติรับใช้ หรือ งานที่ให้ความสะดวกต่างๆ[๕] การบริการนั้นมีความหมายทั่วไป หมายถึง การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น แต่ในเชิงธุรกิจ หมายถึง การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าโดยการให้ความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความถูกต้องแม่นยำ การแก้ไขปัญหาของลูกค้าอย่างถูกต้อง หรือการบริการที่ดี ผู้รับบริการก็จะได้รับความประทับใจ และชื่นชมองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งดีสิ่งหนึ่งอันเป็นผลดีกับองค์กร เบื้องหลังความสำเร็จเกือบทุกงาน มักพบว่างานบริการเป็นเครื่องมือสนับสนุนงานด้านต่างๆ เช่น งานประชาสัมพันธ์ งานบริการวิชาการ เป็นต้น ดังนั้น ถ้าบริการดี ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ ซึ่งการบริการถือเป็นหน้าเป็นตา

---

[๑]ราชบัณฑิตยสถาน, **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน**, (กรุงเทพมหานคร:บริษัทนานมีบุ๊คส์ พับลิเคชั่นส์ จำกัด, ๒๕๔๖), หน้า ๕๕๙.

[๒]รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์, **จิตวิทยาบริการ**, (กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์โอเดี้ยนสโตร์, ๒๕๕๑), หน้า ๒-๓.

[๓] รศ.ดร. นฤมล มารคแมน, **หลักพุทธจิตวิทยาเบื้องต้น**, (กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๔๙), หน้า ๔.

[๔]เรื่องเดียวกัน, หน้า ๓.

[๕] ราชบัณฑิตยสถาน, **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน** อ้างใน ตรีเพ็ชร์ อ่ำเมือง, คู่มือ-เทคนิคการให้บริการด้วยใจ“Service Mind”: งานเลขานุการกิจและสภาคณาจารย์กองบริหารงานทั่วไปสำนักงานอธิการบดีมหาวิทยาลัยมหิดล, ม.ป.ป.,หน้า ๕.

ขององค์กร ภาพลักษณ์ขององค์กรก็จะดีไปด้วย[๖] การบริการเป็นการกระทำกิจกรรมใดๆ ด้วยร่างกาย เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น ซึ่งเกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวก ความสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้ ซึ่งการกระทำด้วยร่างกาย คือการแสดงออกด้วยการแต่งกาย ปฏิบัติการ กิริยา ท่าทางและวิธีการพูดจา ซึ่งการบริการสามารถแสดงออกเป็น ๒ แบบ คือ

๑. ขั้นตอนการให้บริการ เป็นการปฏิบัติการตามขั้นตอน และเทคนิค ของวิธีปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อให้ผู้รับบริการได้ประโยชน์ ตรงตามความต้องการมากที่สุด

๒. พฤติกรรมการบริการ เป็นการแสดงออกด้านการแต่งกาย สีหน้า แววตา กิริยา ท่าทาง และการพูดจา ซึ่งพฤติกรรมที่ดีย่อมสร้างความสุข ให้เกิดขึ้นกับผู้บริการได้เป็นอย่างดี ได้แก่ การแต่งกายที่สุขภาพ สะอาด เรียบร้อย สีหน้าและแววตาที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส อ่อนโยน กิริยาท่าทางที่สุภาพ อ่อนน้อม การพูดจาด้วยน้ำเสียงที่นุ่มนวล สุภาพ ชัดเจน ให้เกียรติ มีหางเสียง เป็นต้น

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่าการบริการจะเกี่ยวข้องกับบุคคล ๒ ฝ่าย คือ ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ

ผู้ให้บริการ หมายถึง ผู้ปฏิบัติการให้ความช่วยเหลือต่อบุคคลอื่นที่ร้องขอความช่วยเหลือ หรือแสดงความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง

ผู้รับบริการ หมายถึง ผู้ที่แจ้งความประสงค์ หรือ ความต้องการเพื่อให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งตอบสนองตามความต้องการของตนเองและตนเองรู้สึกพอใจ[๗]

คริสโตเฟอร์ เอช เลิฟล็อค และลอเรน ไรท์[๘](Christopher H. Love Lock, & Lauren Wright) ได้ให้ความหมายการบริการไว้ ๒ อย่าง ดังนี้

๑. บริการเป็นปฏิกิริยาหรือการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับฝ่ายอื่น แม้ว่ากระบวนการ (Process) อาจผูกพันกับตัวสินค้าก็ตาม แต่ปฏิบัติการก็เป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ และไม่สามารถครอบครองได้

๒. บริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและจัดหาคุณประโยชน์ (Benefits) ให้แก่ลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะแห่ง อันเป็นผลมาจากการที่ ผู้รับบริการหรือผู้แทนนำเอาความเปลี่ยนแปลงมาให้

คำว่าการบริการ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า SERVICE ซึ่งถ้าหากหาความหมายที่ดีให้กับอักษรภาษาอังกฤษ ๗ ตัวนี้ อาจได้ความหมายของการบริการที่สามารถยึดเป็นหลักการปฏิบัติได้ตามความหมายของอักษร ทั้ง ๗ ตัวนี้ คือ

S = Smiling & Sympathy ยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของผู้มารับการบริการ

---

[๖]ตรีเพ็ชร์ อ่ำเมือง, **คู่มือ-เทคนิคการให้บริการด้วยใจ,“**Service Mind,:งานเลขานุการกิจ และสภาคณาจารย์ กองบริหารงานทั่วไปสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหิดล, ม.ป.ป.,หน้า ๔.

[๗] เรื่องเดียวกัน, หน้า ๔-๕.

[๘] คริสโตเฟอร์ เอช เลิฟล็อค และลอเรน ไรท์, **การตลาดบริการ**, (กรุงเทพมหานคร: เพียร์สันเอ็ดดูเคชั่นอินโดไชน่า, ๒๕๔๖), หน้า ๔.

E = Early Response ตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว

R = Respectful แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้รับบริการ

V = Voluntariness Manner การให้บริการที่ทำอย่างสมัครใจเต็มใจทำไม่ใช่ทำงานอย่างเสียไม่ได้

I = Image Enhancing การรักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการและภาพลักษณ์ขององค์กร

C = Courtesy ความอ่อนน้อม อ่อนโยน สุภาพมีมารยาทดี

E = Enthusiasm ความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้นขณะให้บริการและให้บริการมากกว่าผู้รับบริการคาดหวังเอาไว้

จากความหมายของการบริการดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าการบริการเป็นกิจกรรมการกระทำและการปฏิบัติที่ผู้ให้บริการจัดทำขึ้นเพื่อสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ ลักษณะของการบริการมีทั้งไม่มีรูปร่างหรือตัวตน ไม่สามารถสัมผัสหรือจับแตะต้องได้ และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายได้ง่ายแต่สามารถนำมาซื้อขายกันได้ ซึ่งองค์กรแต่ละองค์กรที่มีการแข่งขันกันสูง ไม่ว่าจะด้านกลยุทธ์ โปรแกรมที่นำเสนอ เป็นต้น องค์กรต่างๆ นำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการบริการหลังการขายและเป็นตัวเลือกที่ดีในการเข้าใช้บริการ ดังจะอธิบายความหมายของจิตวิทยาบริการได้ ดังต่อไปนี้

๒.๑.๑ ความหมายจิตวิทยาบริการ

รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์[๙] ได้ให้ความหมายของจิตวิทยาบริการไว้ว่า หมายถึง การศึกษาถึงพฤติกรรมการแสดงออกของมนุษย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงลักษณะของพฤติกรรมด้านต่างๆ สาเหตุของพฤติกรรมเหล่านั้น ตลอดจนเพื่อให้สามารถพยากรณ์ ควบคุม หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม โดยการศึกษานี้จะครอบคลุมทั้งพฤติกรรมของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถอำนวยความสะดวกช่วยเหลือและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด

จิตตินันท์ เดชะคุปต์[๑๐]ได้ให้ความหมายของจิตวิทยาบริการไว้ว่า เป็นการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการบริการและการจัดการระบบการบริการ เพื่อให้ได้มาซึ่งการบริการที่มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพโดยการวิเคราะห์เพื่ออธิบายทำนาย และควบคุมพฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งเกี่ยวข้องกับการกระทำในอันที่จะตระหนักถึง และตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังของบุคคลอื่น เพื่อให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด และเกิดความประทับใจจากผลของการกระทำนั้น

---

[๙] รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์, **จิตวิทยาบริการ**, หน้า ๓.

[๑๐] จิตตินันท์ เดชะคุปส์, **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาการบริการ**, เอกสารการสอนวิชาจิตวิทยาการบริการ Psychology for the Hospitality Industry, (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๒, หน้า ๑๔.

อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒนกิจ[๑๑]ได้ให้ความหมายของจิตวิทยาบริการไว้ว่าเป็นการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการบริหารและการจัดการระบบการบริการ เพื่อให้ได้มาซึ่งการบริการที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ โดยที่จะต้องสามารถสนองตอบต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และสร้างเกิดเป็นความพึงพอใจสูงสุด

อรรจน์ สีหะอาไพ และปทุมพร โพธิ์กาศ[๑๒]ได้กล่าวถึงความหมายจิตวิทยาบริการโดยเน้นถึงการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการบริการ และจัดระบบการบริการไว้ว่าการศึกษาจิตวิทยาบริการนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้มาซึ่งบริการที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ โดยการศึกษาวิเคราะห์เพื่ออธิบาย ทำนาย และควบคุมพฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลซึ่งเกี่ยวข้องกับการกระทำในอันที่จะตระหนักถึง และตอบสนองความต้องการและความคาดหวังจากบุคคลอื่น เพื่อให้ได้ความพึงพอใจสูงสุดและเกิดความประทับใจจากผลของการกระทำนั้น

มหาวิทยาสารคาม[๑๓]ได้กล่าวถึงจิตวิทยาบริการ ไว้ว่า เป็นการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการบริการ และการจัดการระบบการบริการ เพื่อให้ได้มาซึ่งการบริการที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ การทำความเข้าใจเกี่ยวกับจิตวิทยาการบริการมีความสำคัญต่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการทุกระดับทั้งในฐานะของผู้ให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการหรือผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการ และในฐานะของผู้รับบริการ จิตวิทยาการบริการจึงเป็นวิชาการที่จะต้องผสมผสานแนวคิดวิชาการจิตวิทยา พฤติกรรมผู้บริโภค และการตลาดเข้าด้วยกันในลักษณะของทั้งศาสตร์และศิลป์ ในอันที่จะเสริมสร้างกลยุทธ์การบริการ (ศาสตร์ของจิตวิทยาการบริการ) และการพัฒนาทักษะการบริการ (ศิลป์ของจิตวิทยาการบริการ) ที่เน้นคุณภาพและประสิทธิภาพของการให้บริการอย่างแท้จริง

สรุปได้ว่าความหมายของจิตวิทยาบริการ หมายถึง การใช้จิตวิทยาการบริการเพื่อเป็นกลไกลและเครื่องมือให้เกิดความสำเร็จในทางธุรกิจการบริการทางการตลาด ทั้งนี้จิตวิทยาบริการเป็นศาสตร์ที่มุ่งศึกษาพฤติกรรมของผู้ให้บริการที่มีผลต่อคุณภาพ และประสิทธิภาพในการให้บริการเป็นสำคัญ เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพอใจสูงสุด และการบริการเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในหน่วยงานบริการ และผู้ปฏิบัติงานให้บริการ จึงจำเป็นต้องอาศัยหลักจิตวิทยามาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงพฤติกรรมการแสดงออกของมนุษย์

---

[๑๑] อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒนกิจ, **จิตวิทยาบริการ**, (กรุงเทพมหานคร: อดุลพัฒนกิจ, ๒๕๔๘), หน้า ๑๙.

[๑๒] อรรจน์ สีหะอาไพ และปทุมพร โพธิ์กาศ, **จิตวิทยาบริการ**, (กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอ็ม แอนด์ เอ็ม เลเซอร์พริ้นต์, ๒๕๔๘), หน้า ๑๗๓-๑๗๔.

[๑๓]ศูนย์พัฒนาทรัพยากรการศึกษา มหาวิทยาสารคาม, **จิตวิทยาบริการ**, [Online], Available from: < http://www.elearning. msu.ac.th/opencourse/๑๐๑๐๓๑๑/unit๐๑_๒.html >, [๒ July ๒๐๑๔].

๒.๑.๒ กระบวนการบริการ

จิตตินันท์ เดชะคุปต์[๑๔]**อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒนกิจ**[๑๕]ได้กล่าวถึงกระบวนการบริการพอสรุปได้ว่า การบริการนั้นเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างมีระบบเป็นขั้นตอน คือ เริ่มต้นจากนักท่องเที่ยวมีความต้องการการบริการ ความต้องการนี้เองเป็นแรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวพยายาม หาการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับ ผู้ให้บริการเพื่อแสดงความต้องการของตนออกมาให้เกิดการรับรู้ และมีการดำเนินการในทางที่จะสนองความต้องการนั้นในกระบวนการให้บริการ สุดท้ายที่สุด นักท่องเที่ยวจะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ ผลที่เกิดขึ้นจากการบริการที่ได้รับจะส่งผลต่อความรู้ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ รับการตอบสนองความคาดหวังหรือไม่เพียงใดซึ่งเป็นข้อมูลย้อนกลับ

รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์[๑๖]ได้กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ สามารถแบ่งออกได้เป็น ๔ ขั้นตอน ได้แก่

๑. ขั้นตอนการกำหนดความต้องการ เป็นขั้นตอนที่ผู้รับบริการตระหนักถึงว่าตนเองมีความต้องการใช้บริการใดบริการหนึ่ง เช่น ต้องการไปต่างประเทศกับบริษัทนำเที่ยวในขั้นตอนนี้ผู้รับบริการอาจกำหนดลักษณะ หรือรูปแบบของการบริการที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้นด้วย

๒. ขั้นตอนการค้นหา และรวบรวมข้อมูลข่าวสาร เป็นขั้นตอนที่ผู้รับบริการสืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริการที่ตนเองต้องการ เพื่อนำมาใช้ในการประเมินหาทางเลือกที่เหมาะสมกับความต้องการของตนเองมากที่สุด เช่น เมื่อต้องการซื้อ Inclusive Tour ไปประเทศฝรั่งเศสจากบริษัทนำเที่ยว ผู้รับบริการก็จะพยายามหาข้อมูลว่าบริษัทนำเที่ยวใดบ้างที่ให้บริการนำเที่ยวในลักษณะนี้ไปยังประเทศฝรั่งเศส ตลอดจนหาข้อมูลด้านราคา ด้านการชำระเงิน เป็นต้น

๓. ขั้นตอนการประเมินทางเลือก เป็นขั้นตอนที่ผู้รับบริการนำข้อมูลข่าวสารที่ได้ค้นหาและรวบรวมมาประเมินในแต่ละด้านว่าทางเลือกใดตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุด มาทำการประเมินว่าคุณสมบัติของการบริการของบริษัทใดที่ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุด โดยจะเปรียบเทียบหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านชื่อเสียงของบริษัท ราคาของโปรแกรมนำเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยว องค์ประกอบของการท่องเที่ยว เป็นต้น

๔. ขั้นตอนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เป็นขั้นตอนหลังจากที่ผู้รับบริการได้ผลของการประเมินแล้วว่าจะเลือกใดเป็นทางเลือกที่ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุด แล้วจึงตัดสินใจที่จะเลือกใช้บริการนั้นๆ

---

[๑๔] จิตตินันท์ เดชะคุปส์, **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาการบริการ**, เอกสารการสอนวิชาจิตวิทยาการบริการ Psychology for the Hospitality Industry, (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๒, หน้า ๔๐.

[๑๕] อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒนกิจ, **จิตวิทยาบริการ**, (กรุงเทพมหานคร: อดุลพัฒนกิจ, ๒๕๔๘), หน้า ๓๔.

[๑๖] รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์, **จิตวิทยาบริการ**, หน้า ๒๘-๒๙.

สรุปได้ว่า กระบวนการบริการเป็นขั้นตอนโดยเริ่มต้นจากนักท่องเที่ยวมีความต้องการการบริการและพยายามหาบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ โดยมีการปฏิสัมพันธ์กันกับผู้ให้บริการ เพื่อให้เกิดความต้องการนั้น ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจหรือไม่ โดยการเปรียบเทียบกับความคาดหวังก่อนได้รับการบริการ

๒.๑.๓ ลักษณะของการบริการ

รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์ ได้กล่าวถึง การบริการ (Service) มีลักษณะที่แตกต่างกันไปดังต่อไปนี้

๑. การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) การบริการไม่มีรูปร่างและไม่มีตัวตนเหมือนกับสินค้าอื่นๆ จึงไม่สามารถจับต้องได้ ดังนั้นการตัดสินใจใช้บริการจึงขึ้นอยู่กับความรู้สึกนึกคิด เจตคติ คำบอกเล่า และประสบการณ์เดิมที่เคยได้รับเป็นสำคัญ

๒. การบริการไม่มีความคงที่แน่นอน (Heterogeneity) เนื่องจากคุณภาพและลักษณะของการบริการขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการซึ่งเป็นมนุษย์ ที่ตามปกติแล้วมักมีพฤติกรรมที่ไม่คงที่อันเป็นผลมาจากบุคลิกภาพ อารมณ์ สภาพแวดล้อม และปัจจัยอื่นๆ ในหน่วยงาน ซึ่งมีผู้ปฏิบัติงานให้บริการหลายคน ผู้ปฏิบัติงานให้บริการแต่ละคนย่อมให้บริการไม่เหมือนกัน เช่นอาจมีวิธีพูด หรือการแก้ไขปัญหาที่แตกต่างกัน หรือแม้กระทั่งผู้ปฏิบัติงานให้บริการคนเดียวกัน แต่เมื่อให้บริการต่างเวลาและวาระกันอาจมีลักษณะการบริการที่แตกต่างกัน

๓. การบริการไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perish ability) กล่าวคือ ในการให้บริการใดๆ ก็ตาม หากไม่มีผู้มาให้บริการภายในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งหรือสถานที่ใดสถานหนึ่งที่กำหนด จะทำให้การบริการที่จัดเตรียมไว้เกิดความสูญเปล่า

๔. การบริการไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (Non-ownership) การบริการเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ปฏิบัติงานให้บริการและผู้รับบริการในช่วงระยะเวลาหนึ่งๆ และสถานที่หนึ่งๆ เท่านั้น เมื่อพ้นระยะเวลานั้นๆ ไปแล้ว หรือสถานที่นั้นๆ ไม่เอื้ออำนวยต่อการบริการแล้ว ผู้รับบริการก็ไม่สามารถนำการบริการดังกล่าวติดตัวไปด้วยได้

๕. การบริการต้องอาศัยคนเป็นหลัก เนื่องจากผู้รับบริการเป็นคนที่เกิดมาพร้อมกับความต้องการที่ไม่มีขีดจำกัดและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ตลอดจนมีอารมณ์และความรู้สึกต่างๆ เป็นเครื่องปรุงแต่ง ดังนั้นสิ่งที่จะสามารถเข้าใจและตอบสนองความต้องการของคนได้ดีที่สุดคือ คนนั่นเอง

๖. คุณภาพของการบริการมักต้องอาศัยองค์ประกอบทางกายภาพ หากองค์ ประกอบทางกายภาพดีและการบริการอื่นๆ ดี จะช่วยเสริมระดับคุณภาพของการบริการให้สูงมากขึ้นในความรู้สึกของผู้รับบริการ ตัวอย่างเช่น เมื่อไปพักโรงแรมหนึ่ง การบริการของโรงแรมนั้นดีหรือไม่ นอกจากจะต้องพิจารณาที่การบริการของพนักงานโรงแรมแล้ว มักจะพิจารณาที่องค์ประกอบทางกายภาพประกอบด้วย เช่น ที่นอนนิ่มและอยู่ในภาพดีหรือไม่ เครื่องปรับอากาศดีหรือไม่ โทรทัศน์มีภาพที่ชัดเจนหรือไม่ และมีการบริการเคเบิลทีวีหรือไม่ เป็นต้น หากการบริการอื่นๆ ของโรงแรมดี เช่น พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ และให้บริการได้อย่างรวดเร็ว แต่ที่นอนภายในห้องพักนอนไม่สบาย องค์ประกอบทางกายภาพเหล่านี้ก็จะลดระดับคุณภาพของการบริการในสายตาของผู้รับบริการ

๗. การบริการมักต้องให้ผู้รับบริการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการบริการ คือ การให้บริการและการรับบริการเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันทำให้ไม่สามารถแบ่งแยกกระบวนการบริการออกจากกันได้ จากการที่กระบวนการบริการต้องมีผู้รับบริการเข้ามามีส่วนร่วมด้วยนั้น ทำให้เป็นเรื่องยากที่จะควบคุมการบริการให้ได้มาตรฐาน เนื่องจากการบริการเกิดขึ้นในช่วงเวลาเดียวกันกับที่ผู้รับบริการใช้บริการ ดังนั้นหากเกิดข้อผิดพลาดในการบริการขึ้นก็จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความไม่พอใจได้[๑๗]

สุพรรณี อินทร์แก้ว[๑๘] ได้กล่าวถึง ลักษณะของการให้บริการไว้ว่า ธุรกิจหรือองค์กรเกี่ยวกับการบริการ สามารถให้การบริการกับลูกค้า ผู้มาใช้บริการโดยอาศัยวิธีการหรือเครื่องมือดังนี้

๑. การให้บริการโดยอาศัยคนเป็นหลัก หรือแบบพบหน้า (Face to Face) เป็นวิธีการที่ดีกว่าวิธีอื่น เพราะการใช้คนในการให้บริการสามารถปรับเปลี่ยนการบริการให้เหมาะสมกับลูกค้าหรือผู้รับบริการแต่ละรายได้ และลักษณะของการบริการจะเป็นแบบใกล้ชิด ดังนั้นหากธุรกิจหรือองค์กรใดมีพนักงาน เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการได้ดี ลูกค้า ผู้รับบริการจะประทับใจ ก็จะทำให้ธุรกิจหรือองค์กรนั้นประสบความสำเร็จได้ไม่ยาก แต่วิธีการนี้มีข้อจำกัดในเรื่องของความแตกต่างในการให้บริการ ณ เวลาที่ต่างกัน เนื่องจากการให้บริการจะไม่เหมือนกัน มาตรฐานการให้บริการในแต่ละครั้งก็ไม่เท่ากัน

๒. การให้บริการด้วยอุปกรณ์อีเล็กทรอนิกส์ ปัจจุบันนับว่ามีความสำคัญมากเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีการพัฒนาเพื่อสนองความต้องการให้ลูกค้า ผู้รับบริการสามารถบริการได้ด้วยตนเอง (Self Service) และมีต้นทุนการให้บริการต่ำกว่าการใช้คนให้บริการซึ่งการให้บริการแต่ละครั้งจะมีมาตรฐานเท่ากัน แต่การให้บริการด้วยวิธีนี้มีข้อจำกัดในเรื่องการปรับรูปแบบการให้บริการตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายได้ยาก

สมิท สัชฌุกร ได้กล่าวถึง ลักษณะของการบริการว่าเป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลและสิ่งที่บุคคลได้กระทำ การบริการเป็นความรับผิดชอบของทุกคน และสามารถแบ่งความรับผิดชอบกันไปในงานแต่ละด้าน โดยมีผู้บริหารสูงสุดเป็นผู้รับผิดชอบรวม โดยได้แบ่งลักษณะของบริการออกได้ดังนี้

๑. เป็นพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อผู้อื่น พฤติกรรมโดยทั่วไปจะเห็นได้จากการกระทำ การบริการจะมีการแสดงออกในลักษณะของสีหน้า แววตา กิริยาท่าทาง คำพูด และน้ำเสียง การแสดงพฤติกรรมที่ปรากฏให้เห็นจะเกิดผลได้ทันที เกิดผลขึ้นได้ตลอดเวลาและแปรผลได้รวดเร็ว อันเป็นลักษณะเฉพาะของการบริการ

๒. เป็นการกระทำที่สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจ การบริการจะเป็นเช่นไร ขึ้นอยู่กับความคิดของผู้ให้บริการซึ่งจะแสดงออกถึงอารมณ์ ความรู้สึก ความเชื่อ ความปรารถนา และค่านิยม ถ้าสิ่งเหล่านี้สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจที่ดีก็ย่อมจะมีผลต่อการบริการที่ดีตามไป

๓. เป็นสิ่งที่บุคคลได้กระทำขึ้นอันเชื่อมโยงถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการ การบริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคนเป็นผู้ให้บริการและต้องการคนเป็นส่วนสำคัญในการสร้างบริการที่ดี

---

[๑๗] รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์, **จิตวิทยาบริการ**, หน้า ๑๒ -๑๕.

[๑๘] สุพรรณี อินทร์แก้ว, **การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง**, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: ธนเพส, ๒๕๔๙), หน้า ๑๒.

เพราะกิจกรรมใดๆ เกี่ยวกับการบริการคนจะต้องมีส่วนสัมพันธ์ในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการเป็นผู้ดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการ[๑๙]

สรุปได้ว่า ลักษณะของการบริการมีความแตกต่างจากสินค้าโดยทั่วไปอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งลักษณะเหล่านี้ทำให้เกิดข้อจำกัดบางประการในการดึงดูดให้ผู้รับบริการตัดสินใจใช้บริการ และได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุดจากการใช้บริการ หากมีการนำเอาหลักจิตวิทยาบริการมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสมกับธุรกิจหรือองค์กร โดยอาศัยคนเป็นหลัก ดังนั้นหากธุรกิจหรือองค์กรใดมีพนักงาน เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการได้ดี ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความประทับใจ ก็จะทำให้ธุรกิจหรือองค์กรนั้นประสบความสำเร็จได้

๒.๑.๔ ประเภทของการบริการ

รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์ ได้จำแนกประเภทของการบริการได้หลายลักษณะ ซึ่งแต่ละลักษณะแตกต่างกันไป ได้แก่

๑. จำแนกตามความสำคัญของการบริการในฐานะที่เป็นผลิตภัณฑ์ของหน่วยงาน โดยแบ่งการบริการออกเป็น ๒ ประเภท คือ

๑.๑ การบริการที่เป็นผลิตภัณฑ์หลักของหน่วยงาน เช่น ธุรกิจนำเที่ยวมีการบริการนำเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์หลัก

๑.๒ การบริการที่เป็นผลิตภัณฑ์เสริมที่ผนวกมากับการขายสินค้าหลักอื่นๆ การบริการประเภทนี้จัดขึ้นเพื่อจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าเร็วขึ้นหรือจำนวนมากขึ้น โดยหน่วย งานอาจไม่คิดค่าบริการหรือคิดเพียงบางส่วน เช่นบริการหลังการขาย หรือการบริการติดตั้งเป็นต้น

๒. จำแนกตามระดับความคาดหวังของผู้รับบริการโดยแบ่งการบริการออกเป็น ๓ ประเภท คือ

๒.๑ การบริการหลัก (Core Service) หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการที่เป็นหน้าที่ และความรับผิดชองโดยตรงของหน่วยงาน เช่น การบริการหลัก คือ การให้บริการห้องพักรวมถึงการจัดห้องพักที่เอื้ออำนวยต่อการพักผ่อนสำหรับในธุรกิจนั้นๆ หรือหมายถึง การนำผู้โดยสารเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งโดยจัดที่นั่งให้ เป็นต้น

๒.๒ การบริการที่คาดหวัง (Expected Service) หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่ผู้รับบริการคาดหวังจะได้รับนอกเหนือจากการบริการหลัก อาทิเช่น ความคาดหวังที่จะได้รับการต้อนรับและการดูแลเอาใจใส่ด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดีงาม เป็นต้น นอกจากการบริการหลัก

๒.๓ การบริการพิเศษเพิ่มเติม (Exceeded Service) หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่ผู้รับบริการไม่ได้คาดหวังมาก่อนว่าจะได้รับ และเมื่อได้รับแล้วทำให้เกิดความประทับใจ เช่น การบริการพิเศษเพิ่มเติม อย่างเช่นการจดจำชื่อ และความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว เป็นต้น การบริการพิเศษเพิ่มเติมนี้เป็นกลยุทธ์

---

[๑๙] สมิท สัชฌุกร, **ศิลปะการให้บริการ**, พิมพ์ครั้งที่ ๔, (กรุงเทพมหานคร: สายธรรม, ๒๕๕๓), หน้า ๒๕-๒๖.

ทางการตลาดที่สำคัญที่ช่วยสร้างความแตกต่างให้กับการบริการ และยังช่วยสร้างความภักดีที่มีต่อหน่วยงานให้เกิดกับผู้รับบริการด้วย[๒๐]

สมิท สัชฌุกร ได้กล่าวถึง ประเภทของการบริการ ว่าโดยทั่วไปแบ่งเพื่อความเข้าใจได้เป็น ๒ ประเภทใหญ่ ได้แก่

๑. การบริการโดยตรง เป็นการให้ความช่วยเหลือหรือดำเนินการที่เป็นประโยชน์แก่ผู้รับบริการเฉพาะหน้า เช่น ขายของให้ จัดส่งให้ เป็นต้น

๒. การบริการโดยอ้อม เป็นการดำเนินการที่เป็นประโยชน์โดยไม่ได้สัมผัสเกี่ยวข้องกับผู้รับบริการโดยตรง แต่ผู้รับบริการได้ประโยชน์โดยอาจไม่เคยพบเห็นผู้ให้บริการเลย เช่น คนออกแบบตกแต่งห้อง ให้บริการความสวยความงาม ประโยชน์ใช้สอยของห้อง แต่ไม่รู้เป็นใคร แต่มีการให้และการรับบริการระหว่างกัน[๒๑]

สรุปได้ว่า ประเภทของการบริการนั้นให้พึงนึกถึงความคาดหวังของลูกค้า เป็นความรู้สึกของมนุษย์ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหากได้รับการตอบสนองด้วยดีจะก่อให้เกิดความสุข และมีความพึงพอใจตามมา แต่ในทางกลับกันถ้าหากไม่เป็นไปตามที่คาดหวังก็จะทำให้เกิดความทุกข์ความผิดหวัง ไม่พึงพอใจ ทั้งนี้จะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความคาดหวังเป็นสำคัญ

๒.๑.๕ องค์ประกอบของการบริการ

รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์ ได้กล่าวไว้ในหนังสือจิตวิทยาการบริการเกี่ยวกับองค์ประกอบของการบริการ ประกอบด้วย

๑. ผู้รับบริการ หรือ ลูกค้า ซึ่งนับว่าเป็นองค์ประกอบของการบริการที่มีความสำคัญที่สุด เนื่องจากเป้าหมายหลักของการบริการ คือ ความพึงพอใจอย่างสูงสุดของผู้รับบริการ องค์ประกอบอื่น ๆ อีก ๔ องค์ประกอบนั้นต่างถูกกำหนดหรือสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อการสร้างความพึงพอใจอย่างสูงสุดให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการทั้งสิ้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ ผู้รับบริการเป็นจุดเริ่มต้นของการบริการ หากไม่มีผู้รับบริการแล้ว องค์ประกอบอื่นๆ ย่อมไม่เกิดขึ้น

๒. หน่วยงานบริการ หมายถึง หน่วยงานที่ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อผลิตงานบริการในด้านต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกหรือช่วยเหลือแก่บุคคลอื่น โดยอาจดำเนินการในลักษณะเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทจำกัดก็ได้ หน่วยงานบริการจะมีบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเป็นผู้นำในการดำเนินงานทางธุรกิจ ซึ่งเรียกว่า ผู้บริหารหน่วยงาน โดยผู้บริหารหน่วยงานมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดคุณภาพของการบริการ เนื่องจากอยู่ในฐานะผู้นำของหน่วยงานที่มีอำนาจโดยตรงและมีหน้าที่รับผิดชอบหลักในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานของหน่วยงาน โดยการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ กลยุทธ์การบริการ จัดสรรทรัพยากร วางระเบียบและกฎเกณฑ์ต่างๆ ตลอดจนเป็นผู้นำปฏิบัติงานให้บริการของหน่วยงานด้วย

---

[๒๐] รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์, **จิตวิทยาบริการ**, หน้า ๑๕-๑๖.

[๒๑] สมิท สัชฌุกร, **การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ**, พิมพ์ครั้งที่๕, (กรุงเทพมหานคร: สายธรรม, ๒๕๕๐), หน้า ๑๖.

๓. ผู้ปฏิบัติให้งานบริการ เป็นผู้ที่ดำเนินการบริการ หรือลงมือให้บริการต่อผู้รับบริการโดยตรง โดยอาจจะมีปฏิสัมพันธ์และปรากฏตัวต่อผู้รับบริการหรือไม่ก็ได้

๔. ผลิตภัณฑ์บริการ เป็นกระบวนการ หรือวิธีการนำเสนออรรถประโยชน์หรือคุณค่าต่างๆ ที่หน่วยงานบริการและผู้ปฏิบัติงานให้บริการมอบให้กับผู้รับบริการ

๕. ลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของการบริการ หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่ผู้รับบริการสามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า ไม่ว่าจะเป็นการมองเห็น การได้กลิ่น การได้ยิน การได้ลิ้มรสชาติ และการได้สัมผัส องค์ประกอบการกายภาพจึงครอบคลุมถึงสิ่งต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ บรรยากาศ แม้กระทั่งเครื่องแบบของพนักงาน[๒๒]

อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒนกิจ[๒๓]ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของระบบบริการไว้ว่าระบบบริการ หมายถึง การจัดวางแบบแผนการดำเนินการต่างๆ ในอันที่จะให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มารับบริการ โดยมีโครงสร้างของระบบการบริการทั่วๆ ไป จะประกอบด้วยสัมพันธภาพของส่วนต่างๆ ดังนี้

(๑) นักท่องเที่ยวหรือผู้รับบริการ เนื่องจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นเป้าหมายหลักของการบริการ และโน้มนำให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในภายหลัง ดังนั้นการรับรู้การบริการที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจจึงเป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้เพื่อจะได้บริการอย่างถูกต้อง

(๒) ผู้ปฏิบัติงานบริการ เป็นผู้ดำเนินงานบริการ ซึ่งต้องมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวในแบบใดแบบหนึ่ง และมุ่งปฏิบัติงานอย่างเต็มประสิทธิภาพเพื่อภาพพจน์ที่ดีของการบริการนั้นๆ แบ่งออกเป็น ๔ ประเภท

๑) ประเภทต้องปฏิสัมพันธ์ และการปรากฏตัวกับผู้รับบริการ เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานประชาสัมพันธ์

๒) ประเภทไม่ต้องมีปฏิสัมพันธ์ แต่ต้องปรากฏตัวกับผู้รับบริการ เช่น พนักงานจัดเครื่องดื่ม เป็นต้น

๓) ประเภทที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์แต่ไม่ต้องปรากฏตัวกับผู้รับบริการ เช่น นักบิน

๔) ประเภทที่ไม่ต้องปฏิสัมพันธ์และไม่ต้องปรากฏตัวกับผู้รับบริการ เช่น นักบัญชี

(๓) องค์กรธุรกิจบริการ มุ่งสนใจความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อผลิตบริการที่นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ผู้ประกอบการเป็นผู้วางนโยบายการบริการและควบคุมการดำเนินงานขององค์กรให้อยู่รอดและมีกำไร จะต้องคำนึงถึงนโยบายการบริการ การบริหารการบริการ วัฒนธรรมการบริการ รูปแบบการบริการ และคุณภาพการบริการ

(๔) ผลิตภัณฑ์บริการ การนำเสนอ วิธีการให้บริการ และการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวจะต้องเป็นไปตามนโยบายการบริการ และมุ่งเป้าหมายของการบริการที่มีคุณภาพ สนองตอบต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด องค์กรต้องนำเสนอรูปแบบการบริการให้แก่

---

[๒๒] รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์, **จิตวิทยาบริการ**, หน้า ๑๘-๑๙.

[๒๓] อเนก สุวรรณบัณฑิตและภาสกร อดุลพัฒนกิจ, **จิตวิทยาบริการ**, หน้า ๑๗๔.

นักท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์บริการรูปแบบการให้บริการ และภาพลักษณ์ของการบริการ

(๕) สภาพแวดล้อมในการบริการ มีส่วนเอื้อต่อการให้บริการและการปฏิบัติงานของบุคลากร เป็นภาพลักษณ์ขององค์กร ทั้งสภาพแวดล้อมภายนอกหมายถึงลักษณะที่ปรากฏภายนอกอาคาร เช่น สถานที่ตั้งทางเข้าออก สัญลักษณ์ต่างๆ และสภาพแวดล้อมภายในหมายถึงลักษณะการจัดระบบภายในอาคาร การวางแผนผังการจัดวางวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ภาพรวมของวงจรการบริการ ถือเป็นองค์ประกอบที่เป็นระบบการบริการ ถือเป็นการวางแผนการดำเนินการเพื่อ ให้เกิดความพึงไปใจซึ่งประกอบด้วย นักท่องเที่ยว ผู้ปฏิบัติงานบริการ องค์กรธุรกิจบริการ ผลิตภัณฑ์บริการ และสภาพแวดล้อมในการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มารับบริการ

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์[๒๙]ได้กล่าวไว้ในหนังสือจิตวิทยาการบริการเกี่ยวกับองค์ประกอบของการบริการ ๓ ประการ คือ

๑. ลูกค้า หรือผู้รับบริการ

๒. ผู้ให้บริการ หรือพนักงาน

๓. ตัวสินค้าหรือบริการ

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของการบริการเกิดขึ้นเนื่องจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นเป้าหมายหลักของการบริการ และโน้มนำให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในภายหลัง โดยมุ่งสนใจความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อผลิตการบริการที่นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ผู้ประกอบการเป็นผู้วางนโยบายการบริการและควบคุมการดำเนินงานขององค์กรให้อยู่รอดและมีกำไร จะต้องคำนึงถึงคุณภาพการบริการเป็นหลักดังนั้นการรับรู้การบริการที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจจึงเป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้เพื่อจะได้บริการอย่างถูกต้อง

๒.๑.๖ ความสำคัญของการบริการ

การบริการเป็นสิ่งที่มีคุณค่าเป็นพิเศษในงานด้านต่างๆ เพราะบริการคือการให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ยิ่งเป็นธุรกิจบริการ ตัวบริการนั่นเองคือ สินค้า การขายจะประสบความสำเร็จได้ต้องมีบริการที่ดีในการพิจารณาความสำคัญของบริการ อาจพิจารณาได้ใน ๒ ด้าน คือ

๑. ถ้ามีบริการที่ดีจะเกิดผลอย่างไร

๒. ถ้าบริการไม่ดีจะเสียผลอย่างไร

บริการที่ดี จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนะคติอันได้แก่ความคิดและความรู้สึกทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางบวก คือความชอบ ความพึงพอใจ ดังนี้

๑. ความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ

๒. มีความนิยมในหน่วยงานที่ให้บริการ

๓. มีความระลึกถึงและความยินดีมาขอรับบริการอีก

---

[๒๙] จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, **จิตวิทยาการบริการ**, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท วี.พริ้นท์ จำกัด, ๒๕๕๑), หน้า ๒๗.

๔. มีความประทับใจที่ดีไปอีกนานแสนนาน

๕. มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่นแนะนำให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น

๖. มีความภักดีต่อหน่วยงานที่ให้บริการ

๗. มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ดี

บริการที่ไม่ดี จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติทั้งต่อตัวผู้ให้บริการ และหน่วยงานที่ให้การบริการเป็นไปในทางลบ มีความไม่ชอบและไม่พึงพอใจ ดังนี้

๑. มีความรังเกียจตัวผู้ให้บริการ

๒. มีความเสื่อมศรัทธาในหน่วยงานที่ให้บริการ

๓. มีความผิดหวัง และไม่ยินดีมาใช้บริการอีก

๔. มีความประทับใจที่ไม่ดีไปอีกนานแสนนาน

๕. มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่นไม่แนะนำให้มาใช้บริการอีก

๖. มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ไม่ดี[๒๕]

ที่กล่าวมาข้างต้นจะเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงความเจริญและความเสื่อมอันเป็นผลจากการให้บริการที่ดีและไม่ดี ซึ่งเป็นความสำคัญอย่างมากของการบริการ

ความสำคัญในด้านผู้รับบริการ

การบริการมีคุณค่าเป็นพิเศษต่อผู้รับบริการช่วยให้รับการช่วยเหลือและอำนวยประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตและการงานหลายทางด้วยกัน เช่น การได้รับการปฏิบัติอย่างถูกต้อง สะดวกและรวดเร็ว ทำให้ไม่เสียเวลาในการแก้ไขความผิดพลาดพอพร่อง และไม่เกิดความยุ่งยากในการปฏิบัติทั้งไม่ต้องเสียเวลารอคอยให้บริการ ดังนี้

๑) การได้รับการบริการที่ดี จะทำให้ผู้รับบริการมีความสุขมีความปีติยินดี และมีความระลึกถึงในการที่จะมาขอรับบริการครั้งต่อไป ผู้รับบริการเมื่อได้รับบริการที่ถูกต้อง ย่อมจะสามารถส่งต่อผลิตภัณฑ์นั้นให้แก่ผู้รับช่วยต่อไปได้ทันเวลา เพราะไม่เกิดปัญหาความติดขัดที่อยู่บนพื้นฐานของหลักปฏิบัติที่ว่า ทุกคนจะต้องไม่ทำ ไม่รับ ไม่ส่งต่องานที่ผิดพลาด

๒) การได้รับความพึงพอใจ จะทำให้ผู้รับบริการยอมรับในคุณภาพของบริการเพราะลำพังการให้บริการที่ถูกต้อง ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการจะมีผลในด้านการสนองตอบที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ หากจะให้เกิดความรู้สึกที่ดี มีความประทับใจ จะต้องเป็นบริการที่ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจเป็นสำคัญ[๒๖]

ความสำคัญในด้านผู้ให้บริการ

การบริการมีคุณค่าเป็นพิเศษต่อผู้ให้บริการเพราะเป็นสิ่งที่จะกำหนดผลการแข่งขันในธุรกิจและการดำเนินงาน เมื่อมีการประเมินด้วยการเทียบเคียงกันระหว่างธุรกิจอุตสาหกรรมเดียวกันหรือแต่แม้ผลการดำเนินงานภาครัฐ กล่าวได้ว่าความสามารถในการแข่งขันต้องดูที่การบริการเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญ ยิ่งในธุรกิจจะแข่งขันโดยราคาหรือโดยการส่งเสริมการขาย ก็สามารถทำได้ในช่วงระยะเวลาสั้นๆ ดังนี้

---

[๒๕] สมิท สัชฌุกร, **การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ**, พิมพ์ครั้งที่ ๕, (กรุงเทพมหานคร: สายธรรม, ๒๕๕๐), หน้า ๑๒.

[๒๖] สมิท สัชฌุกร, **ศิลปะการให้บริการ**, พิมพ์ครั้งที่ ๔, หน้า ๒๒-๒๓.

๑) การรักษาลูกค้าเดิม การให้บริการเพื่อจะรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้เป็นลูกค้าประจำหรือลูกค้าที่มีความจงรักภักดี ผู้ให้บริการต้องเป็นผู้กำหนดกลยุทธ์ให้เกิดแรงผลักดันในการปรับปรุงคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่องด้วยการจัดวางระบบบริหารภายในให้สอดคล้องกัน มีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อเป็นการปรับปรุงการให้บริการการสื่อสารกับลูกค้า การลดความผิดพลาดของบุคคล มีการวัดคุณภาพบริการความถูกต้องการใช้เวลา การตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า เพื่อจะรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้ได้

๒) การเพิ่มลูกค้าใหม่ ผู้ให้บริการต้องพยายามกระทำทุกวิถีทางที่จะเพิ่มลูกค้าใหม่ เพราะเป็นการสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้แก่หน่วยงานด้วยมีจำนวนลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นเป็นตัวชี้วัด การเพิ่มลูกค้าใหม่จะต้องมีระบบและกลไกการรับการสื่อสารกลับจากลูกค้า(Customer’s feedback) เพื่อให้รู้ว่าลูกค้ามีความพึงพอใจหรือไม่อย่าไรและสนองตอบความต้องการของลูกค้า รวมทั้งให้บริการที่เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า มีการจัดตั้งองค์กรเพื่อรักษาและพัฒนาคุณภาพของการบริการให้ยกระดับตามมาตรฐานสูงขึ้นทุกหน่วยงาน ทุกระดับ ทั่วทั้งบริษัท มีโปรแกรมการฝึกอบรมเพื่อให้หน่วยงานมีแรงผลักดันไปสู่เป้าหมายที่กำหนด[๒๗]

ดังนั้น การช่วยให้หน่วยงานมีความแตกต่างจากคู่แข่งขัน ช่วยรักษาลูกค้าเดิมและช่วยดึงดูดลูกค้ารายใหม่ ตลอดจนช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับหน่วยงาน นอกจากนี้ยังมีความสำคัญต่อผู้รับบริการด้วย กล่าวคือ ช่วยตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลของผู้รับบริการทั้งทางด้านร่างกาย สังคม อารมณ์และจิตใจ[๒๘]การใช้จิตวิทยาบริการมีความสำคัญต่อหน่วยงานบริการ ดังต่อไปนี้คือ

๑. ความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานให้บริการ

๑.๑ ช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานให้บริการเข้าใจตนเองมากขึ้น กล่าวคือ รู้ถึงศักยภาพและคุณสมบัติของตนเองว่ามีอยู่มากน้อยเพียงใด และแตกต่างจากคนอื่นในด้านใด ตลอดจนรู้จักจุดอ่อนและจุดแข็งของตนเองทำให้สามารถใช้ประโยชน์จากศักยภาพและคุณสมบัติที่ตนเองมีอยู่ได้อย่างเต็มที่ รวมทั้งสามารถปรับปรุงจุดด้อยของตนเอง ทำให้สามารถปรับตัว คิดแก้ไขปัญหา คิดสร้างสรรค์และมีกลยุทธ์ที่จะเผชิญหน้าและจัดการกับความเปลี่ยนแปลงนานัปการที่เกิดขึ้นรวดเร็วได้ ตลอดจนมีวิธีการพัฒนาตนเองให้เจริญก้าวหน้าได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

๑.๒ ช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานให้บริการเข้าใจพฤติกรรมของผู้รับบริการได้ดียิ่งขึ้น ตามปกติพฤติกรรมของผู้รับบริการจะมีความหลากหลายทั้งในด้านความต้องการ ความคาดหวัง และพฤติกรรมการแสดงออก ความรู้ทางด้านจิตวิทยาจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานให้บริการสามารถวิเคราะห์ถึงสาเหตุของพฤติกรรมเหล่านั้น ตลอดจนสามารถพยากรณ์ความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการได้อย่างถูกต้องมากขึ้น ช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถวางแผนการให้บริการที่สร้างความพึงพอใจอย่างสุดสุดให้กับผู้รับบริการได้

๑.๓ ช่วยให้เข้าใจคุณค่าและความสำคัญของผู้รับบริการและการบริการที่เป็นเลิศ ความรู้ทางด้านจิตวิทยาช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานให้บริการเข้าใจและเห็นความสำคัญว่า ผู้รับบริการ คือ ลูกค้าของหน่วยงาน ซึ่งเป็นผู้ที่ทำให้ผู้ปฏิบัติงานให้บริการมีงานทำ ตราบใดที่ผู้ปฏิบัติงาน

---

[๒๗] สมิท สัชฌุกร, **ศิลปะการให้บริการ**, พิมพ์ครั้งที่ ๔, หน้า ๒๓-๒๔.

[๒๘] รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์, **จิตวิทยาบริการ**, หน้า ๒๑.

ให้บริการยังสามารถสร้างความพึงพอใจอย่างสูงสุดให้กับผู้รับบริการได้ การบริการที่เป็นเลิศเท่านั้นที่จะสามารถครองใจและผูกใจผู้รับบริการไว้กับหน่วยงานได้[๒๙]

อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒนกิจ ได้กล่าวถึงความสำคัญของจิตวิทยาการบริการว่า การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยศาสตร์และศิลป์ของการจัดการงานบริการที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นการเข้าใจจิตวิทยาการบริการจึงทำให้สามารถเข้าใจและทำให้ดำเนินกิจกรรมในการบริการสามารถบรรลุเป้าหมายของการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้รับบริการและช่วยให้กิจการประสบความสำเร็จ ทั้งสามารถแบ่งความสำคัญของจิตวิทยาบริการแบ่งได้เป็น ๒ ลักษณะคือ

(๑) ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ ซึ่งมีความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานบริการ โดยเฉพาะผู้ให้บริการหรือผู้ปฏิบัติงานส่วนหน้าต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มารับบริการโดยตรง การเข้าใจจิตวิทยาบริการจะทำให้เกิดการรับรู้เป้าหมายของการให้บริการที่ถูกต้อง เน้นผู้รับบริการเป็นศูนย์กลางและตระหนักถึงบทบาทและพฤติกรรมของการให้บริการที่พึงปฏิบัติในขณะที่สำหรับผู้ประกอบการนั้นเป็นการทำความเข้าใจจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างความเป็นเลิศในการดำเนินการบริการด้วยคุณภาพของการบริการที่ยอดเยี่ยม โดยต้องตระหนักความสำคัญของผู้รับบริการเป็นอันดับแรกและเห็นความสำคัญของบุคลาการสามารถวิเคราะห์ปัญหาข้อบกพร่องและแนวโน้มของการบริการได้

(๒) ความสำคัญต่อผู้รับบริการ เป็นการให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการและให้อำนาจการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้บริการต่างๆ เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้รับบริการ และเกิดความรับรู้และเข้าใจลักษณะของงานบริการที่ตอบสนองความต้องการ และเกินความคาดหวังในคุณภาพการบริการที่สามารถเป็นไปตามลักษณะของงาน อีกทั้งตระหนักถึงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของผู้ใช้บริการในกระบวนการบริการในฐานะผู้แสดงเจตนาในการรับบริการ[๓๐]

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ ได้กล่าวไว้ว่า การช่วยให้สามารถทำความเข้าใจระดับความสำคัญของการบริการได้ดียิ่งขึ้น กล่าวคือ ประการแรกนั้นความสำคัญที่มีต่อตัวผู้รับบริการ (ลูกค้า) คือจะทำให้ลูกค้าได้รับบริการที่ดี ทำให้ผู้รับบริการมีความสุข มีความปีติยินดี และมีความระลึกถึงในการที่จะมาขอรับบริการในครั้งต่อไป ประการที่สองคือความสำคัญในด้านผู้ให้บริการ ทำให้กิจการสามารถรักษาลูกค้าเดิม (Customer Retention) ไว้ได้ การให้บริการเพื่อจะรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้เป็นลูกค้าที่มีความจงรักภักดี และนอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มลูกค้าใหม่ (Customer Acquisition) จากการบอกต่อแนะนำต่อ หรือชื่อเสียงในทางดีที่กระจายไป ผู้ให้บริการต้องพยายามกระทำทุกวิถีทางที่จะเพิ่มลูกค้าใหม่ เพราะเป็นการสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้แก่หน่วยงานด้วย โดยมีจำนวนลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นเป็นตัวชี้วัด[๓๑]

---

[๒๙] รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์, **จิตวิทยาบริการ**, หน้า ๔-๕.

[๓๐] อเนก สุวรรณบัณฑิตและภาสกร อดุลพัฒนกิจ, **จิตวิทยาบริการ**, หน้า ๑๗๔.

[๓๑] จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, **จิตวิทยาการบริการ**, หน้า ๒๙.

สรุปได้ว่า ความสำคัญของการนำจิตวิทยาบริการมาประยุกต์ใช้ในงานบริการเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์จึงต้องอาศัยความรู้ด้านจิตวิทยามาประยุกต์ใช้ กล่าวคือ ในด้านศาสตร์นั้นผู้ให้บริการที่ดีต้องอาศัยการศึกษาถึงพฤติกรรมของมนุษย์ที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้รับบริการ เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา และผู้ใต้บังคับบัญชา ตลอดจนต้องศึกษาถึงสาเหตุของพฤติกรรมเหล่านั้นเพื่อจะได้สามารถรับมือได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ส่วนในด้านศิลป์หรือศิลปะนั้น หมายถึง ผู้ให้บริการต้องอาศัยการฝึกฝน การสังเกต และการเก็บเกี่ยวประสบการณ์เพื่อให้เกิดทักษะและความชำนาญในการให้บริการ จิตวิทยาบริการนับว่ามีความสำคัญต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างมากทั้งในฐานะที่เป็นผู้ปฏิบัติงานให้บริการ และผู้บริหารของหน่วยงาน

๒.๑.๗ เทคนิคของการบริการ

การให้บริการที่ดีที่สามารถสร้างความพึงพอใจอย่างสูงสุดให้กับผู้รับบริการนั้น นอกจากต้องอาศัยคุณสมบัติเฉพาะและประสบการณ์ของผู้ปฏิบัติงานให้บริการแล้วยังจำเป็นต้องอาศัยเทคนิคในการให้บริการที่ดีด้วย การให้บริการนับว่าเป็นสิ่งที่ละเอียดอ่อน มีดังต่อไปนี้

๑. แต่งกายอย่างเรียบร้อยและสุภาพ การแต่งกายที่ไม่สุภาพในการต้อนรับและการบริการถือว่าเป็นการไม่ให้เกียรติกับผู้รับบริการ

๒. เมื่อผู้รับบริการเข้ามาในบริเวณต้อนรับ ควรแสดงอากัปกิริยายินดี โดยการสบตา ยิ้มแย้ม และกล่าวต้อนรับและทักทายกับผู้รับบริการโดยทันทีด้วยความเต็มใจ แม้ว่าขณะนั้นจะทำงานอยู่ก็ตาม สิ่งที่ไม่ควรทำอย่างเด็ดขาดคือ การแสดงทีท่าเฉยเมยต่อผู้รับบริการ หรือการปล่อยให้ผู้รับบริการเป็นฝ่ายเริ่มต้นทักทายก่อน

๓. แสดงความเอาใจใส่กับผู้รับบริการด้วยการพูดและการกระทำ ตามปกติผู้รับบริการที่มาติดต่อย่อมต้องการให้ผู้ปฏิบัติงานให้บริการเห็นว่าตนองเป็นบุคคลสำคัญ ต้องแสดงความพร้อมที่จะรับฟังความต้องการของผู้รับบริการและให้การช่วยเหลือทันที

๔. ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างทันทีและด้วยความเต็มใจ ถ้าหากผู้รับบริการขอให้ช่วยเหลือในเรื่องใดหรือถามคำถามในเรื่องใด ก็ควรให้ความช่วยเหลือหรือตอบคำถามอย่างเต็มความสามารถ ไม่ควรบอกปัดว่าไม่ใช่หน้าที่ของตนเองสำหรับการตอบคำถามนั้น

๕. หากผู้รับบริการต้องการพบบุคคลอื่นๆ ในหน่วยงาน เช่น ผู้จัดการ ควรแจ้งให้บุคคลนั้นได้ทราบล่วงหน้าก่อน จากนั้นจึงนำผู้รับบริการไปพบ

๖. ในกรณีที่ผู้รับบริการได้นัดหมายไว้แต่ไม่มาตามกำหนด ผู้ปฏิบัติงานให้บริการควรโทรศัพท์ไปสอบถามกับผู้รับบริการถึงสาเหตุของการไม่มาตามนัดหมาย การถามควรระวังคำพูดให้มีความนุ่มนวลและสุภาพ ไม่ให้เขารู้สึกว่ากำลังเป็นฝ่ายผิด หรือควรนัดหมายในวันหรือเวลาอื่นที่ทั้งสองฝ่ายสะดวก

๗. ในกรณีที่จำเป็นต้องให้ผู้รับบริการรอคอยการช่วยเหลือหรือการบริการใดๆ ควรบอกระยะเวลาที่เขาต้องรอ พร้อมกับแจ้งเหตุผลอย่างละเอียด ในระหว่างที่ผู้รับบริการรอควรนำเครื่องดื่มตลอดจนหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารมาให้บริการ หากผู้รับบริการแสดงทีท่าว่าต้องการพูดคุยด้วยควรใช้หลักมารยาทการสนทนากับผู้รับบริการที่เขาสนใจ เป็นต้น

๘. ควรสอบผลของการต้อนรับและการให้บริการทุกครั้ง

๙. เมื่อให้บริการเสร็จสิ้นแล้ว ควรกล่าวคำอำลากับผู้รับบริการด้วยความสุภาพ การกล่าวคำอำลานี้ควรทำด้วยมิตรไมตรีและความจริงใจ ไม่ควรทำเพราะเป็นหน้าที่ ควรพาเขาไปส่งที่รถโดยอาสาถือช่วยถือขอให้ด้วย เป็นต้น[๓๒]

สมิท สัชฌุกร ได้กล่าวถึงเทคนิคการให้บริการ ไว้ดังนี้

๑. การสร้างความประทับใจในงานบริการ

การต้อนรับที่อบอุ่น ให้ความสนใจและความเอาใจใส่ พูดสุภาพไพเราะ ซึ่งทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่ามีความสำคัญ เป็นผลให้เกิดความพอใจ แต่การที่จะทำให้เกิดความประทับใจได้นั้นต้องทำให้ถึงขั้นที่ผู้รับบริการเกิดปีติยินดี นั่นคือต้องให้บริการที่บรรลุความคาดหวังและเหนือความคาดหวังขึ้นไปอีก การปฏิบัติตนของผู้ให้บริการด้วยไมตรีต่อผู้รับบริการ และความประทับใจจากการต้อนรับย่อมจะเป็นผลให้เขาใช้บริการ แล้วองค์กรก็ย่อมจะประสบความก้าวหน้า สามารถเติมไมตรีเข้าไปในทุกงานที่ทำ เริ่มต้นแต่การรักการมีไมตรีต่อผู้รับบริการ คือการเอาใจเขามาใส่ใจเรา และให้บริการตรงตามความต้องการ ลูกค้าทุกคนที่มาใช้บริการต้องการการแสดงออกของผู้ให้บริการดังต่อไปนี้

๑.๑ บริการที่มีไมตรีจิต หมายถึง การให้บริการที่ดีบวกกับอะไรอีกเล็กๆ น้อยๆ องค์ประกอบอื่นๆ ก็มีความสำคัญเช่นกัน แต่บริการที่มีอัธยาศัยไมตรีจิตจะทำให้ลูกค้ารู้สึกอบอุ่นและประทับใจที่ได้รับการต้อนรับอย่างมีอัธยาศัย

๑.๒ การยิ้ม เป็นสิ่งจำเป็นอันดับแรกในการทักทายบุคคล เพราะจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกอบอุ่นใจและคำพูดที่มีการทักทายใช้น้ำเสียงและท่วงทำนองที่เป็นธรรมชาติให้ลูกค้ารู้สึกพอใจที่มาใช้บริการ

๑.๓ คำพูดที่วิเศษ คือ คำพูดเหล่านี้ ขอบคุณครับ ผมเสียใจ ขอโทษครับ มีอะไรให้ผมรับใช้ ชื่อของลูกค้าเป็นคำวิเศษเช่นกันเมื่อคุณใช้

๑.๔ ให้ความช่วยเหลือและแสดงไมตรีจิตที่จะทำให้เขาอบอุ่นใจ หมายความว่า จะต้องเรียนรู้ปฏิกิริยาของผู้อื่น ตัวอย่างเช่น ถ้ารู้ว่าลูกค้าเป็นคนแปลกหน้า จะต้องเอาใจใส่เป็นพิเศษต่อความต้องการและช่วยเหลือในเรื่องของถนนหนทาง สถานที่และคำแนะนำอื่นๆ เป็นต้น

๑.๕ ถ้าหากใส่รอยยิ้มลงไปในน้ำเสียง หมายความถึง การพูดด้วยน้ำเสียงที่มีไมตรีจิตและพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือ อย่างไรก็ตามควรหลีกเลี่ยงที่จะให้สัญญาถ้าไม่แน่ใจว่าจะทำได้

๑.๖ พนักงานทุกคนสามารถแสดงความมีอัธยาศัย ในการทำงานของตนเองให้ดีที่สุดไม่ว่าพนักงานผู้นั้นจะต้องติดต่อกับลูกค้าโดยตรงหรือไม่

๑.๗ ควรที่จะช่วยเหลือลูกค้า แม้ว่าตัวเองสามารถช่วยได้เพียงเล็กน้อยในปัญหานั้นแต่อาจให้คนอื่นช่วยได้ แต่อย่างไรก็ตามอย่าพยายามปัดความผิดให้พ้นตัวเอง ควรจะยอมรับอย่างอ่อนน้อมและดำเนินการบางอย่างเพื่อแก้ไขความผิดพลาดนั้น

---

[๓๒] จิตตินันท์ นันทโพบูลย์, **จิตวิทยาการบริการ**, หน้า ๑๓๗-๑๓๙.

๑.๘ ควรจะต้องมีอัธยาศัยไมตรีต่อเพื่อนร่วมงานด้วยทุกคน จะทำงานได้ดีกว่า ถ้าทุกคนมีไมตรีจิตต่อกัน ลูกค้าจะสังเกตเห็นได้ว่าบรรยากาศในการทำงาน โดยส่วนรวมมีอัธยาศัยไมตรีต่อกันไม่ใช่เฉพาะที่เห็นได้จากคนใดคนหนึ่ง

๑.๙ ลูกค้ามีเหตุผลหลายอย่างที่มาทำธุรกิจกับหน่วยงาน แต่สิ่งหนึ่งที่ลูกค้าคาดหวังเสมอว่าจะได้รับการต้อนรับอย่างอบอุ่น และมีไมตรีจิตจากพนักงาน ถ้าให้การต้อนรับเช่นนั้นลูกค้าก็จะมีความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงาน โดยส่วนรวมและเกิดความไว้วางใจตามมาด้วยความพอใจในที่สุด[๓๓]

สรุปได้ว่าเทคนิคการให้บริการ คือการสร้างความประทับใจให้กับผู้รับบริการ เป็นการต้อนรับที่อบอุ่น ให้ความสนใจและความเอาใจใส่ พูดสุภาพไพเราะ มีไมตรีจิต การยิ้มแย้มแจ่มใส ซึ่งทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่า เป็นการเอาใจเขามาใส่ใจ ช่วยแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น ผู้ปฏิบัติงานบริการจำเป็นอาศัยเทคนิคและขั้นตอนของการให้บริการที่ดี เพื่อจะได้สามารถสร้างประสบการณ์แห่งความสุขและความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้ สิ่งที่สำคัญคือมารยาทในการสนทนากับผู้รับบริการต้องเปี่ยมไปด้วยไมตรีจิตความจริงใจ เป็นต้น

๒.๑.๘ คุณภาพของการบริการ

จิตตินันท์ นันทโพบูลย์ ได้กล่าวถึงคุณภาพของการบริการสำหรับลูกค้าโดยใช้เกณฑ์ในการวัดระดับคุณภาพการบริการก่อนการตัดสินใจซื้อบริการ ๕ ข้อหลักดังนี้

๑. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) ผู้ให้บริการจะต้องแสดงความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ดังนี้

๑.๑ ควรให้บริการได้อย่างถูกต้องตามที่ได้ตกลงกันไว้ และตรงต่อเวลา
๑.๒ ควรให้บริการตามที่สัญญาไว้
๑.๓ แสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ
๑.๔ ควรให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า
๑.๕ ควรให้บริการตามเวลาที่ให้สัญญาไว้กับลูกค้า
๑.๖ ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าก่อนถึงเวลาที่ให้บริการหรือเข้าพบลูกค้า

๒. การให้ความมั่นใจ (Assurance) ผู้ให้บริการต้องทำให้ลูกค้ามั่นใจโดยปราศจากความเสี่ยงอันตราย ตลอดจนแสดงความสามารถที่ทำให้เกิดความเชื่อใจได้ในตัวผู้ให้บริการ ดังนี้

๒.๑ สามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้
๒.๒ ทำให้รู้สึกไว้วางใจได้เมื่อลูกค้ามาติดต่อ
๒.๓ มีความสุภาพอ่อนน้อม
๒.๔ มีความรู้ในงานที่ให้บริการ

---

[๓๓]สมิท สัชฌุกร, **ศิลปะการให้บริการ**, พิมพ์ครั้งที่ ๔, หน้า ๕๑-๕๓.

๓. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) การตอบสนองต้องมีความตั้งใจและเต็มใจให้บริการ เพื่อแสดงถึงการเอาใจใส่ในงานบริการอย่างเต็มที่ดังนี้

๓.๑ การให้บริการอย่างรวดเร็ว

๓.๒ มีความยินดีที่จะให้บริการเสมอ

๓.๓ มีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อลูกค้าต้องการ

๔. การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) การจัดเตรียมดูแลงานทั้งก่อนการขาย ระหว่างขายและหลังการขาย มีดังนี้

๔.๑ ให้ความสนใจลูกค้า และให้ความเป็นกันเอง

๔.๒ ให้บริการอย่างเอาใจใส่

๔.๓ ถือผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสำคัญ

๔.๔ เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า

๕. รูปลักษณ์ (Tangibles) ความมีรูปลักษณ์ขององค์การและผู้ให้บริการ มีดังนี้

๕.๑ อุปกรณ์ทันสมัย

๕.๒ เทคโนโลยีสูง

๕.๓ ความสวยงามของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้บริการ

๕.๔ มีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ

๕.๕ ความสะดวกที่ให้บริการ[๓๔]

สมิท สัชฌุกร ได้กล่าวไว้ว่า การมีจิตมุ่งมั่นในการบริการให้มีคุณภาพด้วยวิญญาณของนักการตลาด นั่นคือการปลูกฝังอุดมการณ์แห่งคุณภาพขึ้นในจิตใจของตนเอง มีความเชื่ออันสูงสุดที่จะยึดถือในคุณภาพของงานบริการและพยายามจะบรรลุถึงคุณภาพของบริการที่เป็นเลิศให้จงได้ และปฏิบัติตนดังต่อไปนี้

๑. มีบทบาทในการทำให้บริการมีคุณภาพดี เป็นที่พอใจและเป็นประโยชน์แก่ลูกค้า ต้องคอยติดตามทัศนคติและรสนิยมความพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการอย่างใกล้ชิด แล้วเสนอแนะให้ฝ่ายจัดการปรับปรุงอยู่ตลอดเวลาในทุกด้าน

๒. สนับสนุนให้ฝ่ายจัดการเห็นความสำคัญในการสนองความพอใจของลูกค้าด้วยการเสนอความคิดริเริ่มแก่ฝ่ายจัดการ

๓. จะต้องวางโครงการให้ลูกค้ามีความเข้าใจอันดีเกี่ยวกับคุณภาพและมาตรฐานของบริการ คอยแก้ข้อสงสัยที่อาจจะเกิดขึ้นในใจของลูกค้าให้หมดไป

๔. วางแผนงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยคุณภาพที่ดีเยี่ยม คอยสอดส่องดูแลผู้ปฏิบัติงานยกมาตรฐานของบริการให้ลูกค้ามีความสุข

๕. ไม่เพิกเฉยละเลยคำร้องเรียน แต่จะต้องติดต่อกับลูกค้าทันทีที่ลูกค้ามีปัญหาในด้านบริการ

๖. พบปะกับลูกค้าทุกครั้งด้วยความประทับใจที่ดี

[๓๔] จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, **จิตวิทยาการบริการ**, หน้า ๖๑-๖๒.

๗. รักษาสัมพันธภาพกับลูกค้าให้ดีและมั่นคง ให้บริการที่เสมอต้นเสมอปลาย

๘. ไม่รับปากสัญญากับลูกค้าในสิ่งที่ทำไม่ได้ หรือผิดกฎของบริษัท

๙. มีกิริยาเอาใจใส่กระตือรือร้นในการตอบข้อถามและการให้ข่าวสารแก่ลูกค้า

๑๐. จัดประชุมภายในหน่วยงานเพื่อหาทางส่งเสริมการจัดบริการให้ดียิ่งๆ ขึ้นด้วยการสำรวจและรับฟังความเห็นของลูกค้าอยู่เสมอ[๓๕]

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ[๓๖] ได้กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการมีลักษณะที่กล่าวไว้ด้วยกัน ๑๐ ประการ โดยได้อ้างในทฤษฎี Service Quality ของ Philip Kotler ไว้ดังนี้

๑. เข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลาและด้านสถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องรอนาน ทำเลที่ตั้งเหมาะสมเพื่อแสดงถึงความสามารถเข้าถึงลูกค้า

๒. การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการบริการอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย

๓. ความสามารถ (Competence) บุคคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถ

๔. ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษย์สัมพันธ์ มีความเป็นกันเอง และมีวิจารณญาณ

๕. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

๖. ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้ลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง

๗. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

๘. ความปลอดภัย (Security) บริการที่ต้องปราศจากอันตรายความเสี่ยงและปัญหาต่างๆ

๙. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะต้องให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพการบริการดังกล่าวได้

๑๐. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing Customers) พนักงานต้องพยายามเข้าใจลูกค้าและให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าวได้

ชูวงศ์ ฉายะบุตร[๓๗]ได้เสนอหลักการคุณภาพการบริการแบบครบวงจร หรือการพัฒนาการให้บริการในเชิงรุกว่าจะต้องเป็นไปตามหลักการ ซึ่งอาจเรียกง่ายๆ ว่า หลัก Package Service ดังนี้

---

[๓๕] สมิท สัชฌุกร, **ศิลปะการให้บริการ**, พิมพ์ครั้งที่ ๔, หน้า ๑๖-๑๗.

[๓๖] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, **กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด**, (กรุงเทพมหานคร: Diamond in Business World, ๒๕๔๑), หน้า ๓๔๒-๓๕๑.

[๓๗] ชูวงศ์ ฉายะบุตร, **ผู้ว่าราชการจังหวัด**, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ส่วนท้องถิ่น กรมการปกครอง, ๒๕๓๖), หน้า ๑๑-๑๔.

๑) ยึดการตอบสนองความต้องการจำเป็นของประชาชนเป็นเป้าหมาย การบริการของรัฐในเชิงรับ จะเน้นการให้บริการตามระเบียบแบบแผน และมีลักษณะที่เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการ

๒) การกระจายอำนาจหรือมอบอำนาจให้มากขึ้น และปรับปรุงระเบียบวิธีการทำงานให้มีขั้นตอนและใช้เวลาในการให้บริการให้เหลือน้อยที่สุด

๓) การพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ ที่จะทำให้สามารถให้บริการได้ ทั้งขั้นตอนก่อนการให้บริการ ซึ่งได้แก่ การวางแผน การเตรียมการต่างๆ ให้พร้อมที่จะให้บริการ และการนำบริการไปสู่ผู้ที่สมควรที่จะได้รับบริการเป็นการล่วงหน้า เพื่อป้องกันปัญหาหรือความเสียหาย

๔) การให้บริการต้องเสร็จสมบูรณ์ เป้าหมายของการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจรอีกประการหนึ่ง ก็คือความเสร็จสมบูรณ์ของการให้บริการ ซึ่งหมายถึง การเสร็จสมบูรณ์ตามสิทธิประโยชน์ที่ผู้รับบริการจะต้องได้รับโดยที่ผู้รับบริการไม่จำเป็นต้องมาติดต่อบ่อยครั้งนัก ซึ่งลักษณะที่เสร็จสมบูรณ์ก็คือ การบริการที่แล้วเสร็จในการติดต่อเพียงครั้งเดียวหรือไม่เกินสองครั้ง (คือมารับเรื่องที่แล้วเสร็จอีกครั้งหนึ่ง)

๕) ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ความกระตือรือร้นในการให้บริการเป็นเป้าเหมายที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการพัฒนาการให้บริการเชิงรุก ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนบางส่วนมีความรู้สึกว่า การติดต่อขอรับบริการจากทางราชการเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก และเจ้าหน้าที่ไม่ค่อยเต็มใจที่จะให้บริการ ดังนั้นจึงมีทัศนคติที่ไม่ค่อยดีต่อการให้บริการของรัฐต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ซึ่งนำไปสู่ปัญหาของการสื่อสารทำความเข้าใจกัน

๖) การให้บริการด้วยความถูกต้องสามารถตรวจสอบได้ การพัฒนาการให้บริการแบบครบวงจรนั้นไม่เพียงแต่จะต้องให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์เท่านั้น แต่จะต้องมีความถูกต้องชอบธรรมทั้งในแง่นโยบายและระเบียบแบบแผนของทางราชการและถูกต้องในเชิงศีลธรรมจรรยาด้วย ซึ่งเกี่ยวข้องกับการใช้ดุลยพินิจของข้าราชการเป็นสำคัญ

๗) ความสุภาพอ่อนน้อม เป้าหมายอีกประการหนึ่งของการพัฒนาการให้บริการแบบครบวงจร คือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติต่อประชาชนผู้มาติดต่อขอรับบริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อม ซึ่งจะทำให้ผู้มารับบริการมีทัศนคติที่ดีต่อข้าราชการและการติดต่อกับทางราชการอันจะทำให้การสื่อสารทำความเข้าใจระหว่างกันเป็นไปได้ง่ายยิ่งขึ้น

๘) ความเสมอภาค การให้บริการแบบครบวงจร จะต้องถือว่าข้าราชการมีหน้าที่จะต้องให้บริการแก่ประชาชนโดยเสมอภาคกัน ซึ่งจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขดังนี้ การให้บริการจะต้องเป็นไปภายใต้ระเบียบแบบแผนเดียวกัน และได้รับผลที่สมบูรณ์ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ไม่ว่าผู้รับบริการจะเป็นใครก็ตาม หรือเรียกว่า ความเสมอภาคในการให้บริการและการให้บริการต้องคำนึงถึงความเสมอภาคในโอกาสที่จะได้รับบริการด้วย ทั้งนี้เพราะประชาชนบางส่วนของประเทศเป็นกลุ่มบุคคลที่มีข้อจำกัดในเรื่องความสามารถในการที่จะติดต่อขอรับบริการจากรัฐ เช่น มีรายได้น้อย ขาดความรู้ความเข้าใจ หรือข้อมูลข่าวสารที่เพียงพออยู่ในพื้นที่ห่างไกลทุรกันดาร เป็นต้น

สรุปได้ว่าการจะทำให้ผู้รับบริการการท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุดได้นั้น ผู้ให้บริการจักต้องคำนึงคุณภาพในการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างมีคุณภาพและเหมาะสม คุณภาพของการบริการเป็นความรู้สึกที่ลูกค้าได้รับจาการบริการ ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังก่อนรับบริการ กับสิ่งที่ได้รับบริการจริง หากเป็นไปตามที่คาดหวังก็

จะเกิดความรู้สึกพอใจ หากไม่เป็นไปตามที่คาดหวังลูกค้าจะเกิดความรู้สึกไม่พอใจ แต่ถ้าได้รับการบริการเกินความคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจสูงสุด และเกิดความประทับใจในการบริการ

๒.๑.๙ ประโยชน์ของการให้บริการ

การบริการนั้นถือเป็นสิ่งสำคัญในการประกอบวิชาชีพการบริการ เมื่อกล่าวถึงประโยชน์ของการให้บริการที่ดี มีคุณภาพ มีดังต่อไปนี้

๑. ผิดพลาดน้อยลงและประหยัดเวลา การบริการให้ถูกต้องตามขั้นตอนจะช่วยลดความผิดพลาดในการทำงาน เมื่อการบริการไม่ผิดพลาด ก็ไม่ต้องมีการแก้ไข หากผู้ให้บริการไม่ตั้งบริการลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจ ลูกค้าก็ย่อมต้องเรียกร้องขอรับบริการที่ดีอีกครั้งหนึ่ง ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นเรื่องที่ทำให้เสียเวลา ตรงกันข้าม หากผู้ให้บริการตั้งใจบริการลูกค้าให้ดีแล้ว การปฏิบัติงานก็ย่อมไหลลื่นไปด้วยดี ไม่มีอุปสรรค

๒. เพิ่มความพึงพอใจให้ลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการต้องการเพราะลูกค้าที่พึงพอใจไม่เพียงนำรายได้ที่มั่นคงยั่งยืนมาสู่องค์การเท่านั้น แต่พวกเขายังนำมาซึ่งลูกค้าใหม่อีกด้วย

๓. เพิ่มขวัญและกำลังใจให้พนักงานผู้ให้บริการ ลูกค้าที่พึงพอใจจะนำมาซึ่งรายได้ในทันที นั่นคือเงินทิป แต่จากเหตุผลในข้อที่ ๒ ลูกค้าที่พึงพอใจจะช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่องค์การรายได้ที่เพิ่มขึ้นก็จะกลายมาเป็นเงินเดือนหรือสวัสดิการที่เพิ่มขึ้นให้กับผู้ให้บริการนั่นเอง ทำให้ขวัญและกำลังใจของผู้ให้บริการดีขึ้น

๔. ทำให้อุตสาหกรรมบริการเติบโต ต่อเนื่องจากข้อ ๓ จะเห็นได้ว่า การบริการที่ดีขึ้นทำให้ธุรกิจเติบโต เมื่อทุกธุรกิจเติบโต ก็ย่อมส่งผลให้อุตสาหกรรมทั้งอุตสาหกรรมเติบโตตามไปด้วยรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการเติบโตนี้สามารถผันไปเป็นการวิจัยและพัฒนา เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ให้แก่อุตสาหกรรมและธุรกิจต่อไป[๓๘]

สรุปได้ว่าประโยชน์ของการให้บริการช่วยทำให้มีข้อผิดพลาดต่างๆ น้อยลงและยังสามารถประหยัดเวลาอีกด้วย ช่วยเพิ่มความพึงพอใจให้ลูกค้าและยังเพิ่มขวัญและกำลังใจให้พนักงานผู้ให้บริการ รวมถึงการส่งเสริมทำให้อุตสาหกรรมบริการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เท่ากับเป็นการสร้างนวัตกรรมใหม่ให้แก่อุตสาหกรรมและธุรกิจการบริการต่อไป

๒.๑.๑๐ การสร้างจิตวิทยาเชิงคุณค่าต่อการบริการ

จิตตินันท์ เดชะคุปต์[๓๙]ได้กล่าวถึงกระบวนการสร้างให้เกิดคุณค่าของการบริการว่าการบริการเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างมีระบบขั้นตอน คือเริ่มต้นจากนักท่องเที่ยวมีความต้องการการบริการ(ปัจจัยนำเข้า)ความต้องการนี้เองเป็นแรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวพยายามค้นหาการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการดังกล่าวให้ได้ นักท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับ

---

[๓๘] จิตตินันท์ นันทโพบูลย์, **จิตวิทยาการบริการ**, หน้า ๑๗๑-๑๗๒.

[๓๙] จิตตินันท์ เดชะคุปส์, **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาการบริการ**, เอกสารการสอนวิชาจิตวิทยาการบริการ Psychology for the Hospitality Industry, (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๒), หน้า ๔๒.

ผู้ให้บริการเพื่อแสดงความต้องการของตนออกมาให้เกิดการรับรู้ และมีการดำเนินการในอันที่จะสนองตอบความต้องการนั้น (กระบวนการให้บริการ) ซึ่งในท้ายที่สุด นักท่องเที่ยวจะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ (ปัจจัยนำออก) ผลที่เกิดขึ้นจากการบริการที่ได้รับจะส่งผลต่อความรู้พึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ได้รับการตอบสนองความหวังหรือไม่เพียงใด(ข้อมูลย้อนกลับ)ทั้งนี้ผู้ให้บริการที่จะสามารถสร้างความตระหนักเชิงคุณค่าได้นั้นต้องคำนึงถึงการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ที่จะเกิดทันทีพร้อมกับเหตุการณ์ในกระบวนการบริการ

สรุปได้ว่า การจัดระบบการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงคือองค์ประกอบของระบบการบริการ อันประกอบไปด้วย ผู้รับบริการ ผู้ให้บริการ องค์การธุรกิจการบริการ ผลิตภัณฑ์บริการและสภาพ แวดล้อมการบริการ เป็นต้น ต้องตระหนักถึงการสร้างคุณภาพอย่างต่อเนื่อง รับรู้ความคาดหวังของผู้รับบริการ ให้ความสำคัญต่อการบริหารการบริการขององค์การให้มีคุณภาพ ส่งเสริมการแสดงออกของพฤติกรรมการบริการที่มีคุณภาพ อันเกิดจากการมีประสบการณ์ได้รับบริการ หรือจากโฆษณา

๒.๒ ความพึงพอใจของการบริการ

๒.๒.๑ ความหมายของความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ ตรงกับภาษาอังกฤษ“Satisfaction”ซึ่งมีความหมายโดยทั่วๆ ไปว่า“ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง”ความหมายของความพึงพอใจหรือความพอใจ (satisfaction) ในภาษาอังกฤษตามพจนานุกรมว่าไว้ในทางด้านจิตวิทยา ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่าเป็นความรู้สึกของผู้ที่รับบริการและสถานประกอบการตามประสบการณ์ที่ได้เข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการนั้นๆ [๔๐]

วิวรรยา ขอนยาง[๔๑]ได้กล่าวถึงทฤษฎีความพึงพอใจของ Vroom เกี่ยวกับแรงจูงใจ นั่นก็คือ ผลรวมของความพอใจกับความคาดหมายที่คิดไว้ แรงจูงใจ–ผลรวมของความพอใจการบริการ + ความคาดหมายการบริการ ซึ่งหมายถึง แรงจูงใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งต่อการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะเป็นผลที่เกิดจากทัศนคติที่ดีต่อองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการบริการ การตอบสนองทั้งรูปธรรมและนามธรรมเป็นไปตามที่คาดหมายไว้ แรงจูงใจที่จะมีความรู้สึกพอใจก็จะสูง แต่ในทางกลับกันถ้ามีทัศนคติในเชิงลบต่อองค์กรการตอบสนองก็ไม่เป็นไปตามที่คาดหมาย แรงจูงใจที่จะมีความรู้สึกพึงพอใจก็จะตกต่ำไปด้วย ทฤษฎีความพึงพอใจของ Vroom คือ แรงจูงใจลบผลรวมของความพอใจการบริการ บวก ความคาดหมายการบริการ ซึ่งหมายถึง แรงจูงใจของบุคคลในการใช้การบริการ จะเป็นผลที่เกิดจากทัศนคติที่ดีต่อองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

---

[๔๐] Chaplin, อ้างใน ดวงฤดู เสือสิงห์, **การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการพิธีการศุลกากรในการให้บริการส่งสินค้าไปต่างประเทศ ณ ด่านศุลกากรปาดังเบซาร์ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา**”,บทความวิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร์ (สาขายุทธศาสตร์การพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, ๒๕๔๘), หน้า ๗.

[๔๑] วิวรรยา ขอนยาง, **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการภูพานเพลซ สถาบันราชภัฏสกลนคร, การค้นคว้าแบบอิสระ ศศ.ม**, (การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว), (เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๕), หน้า ๔๕.

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ[๔๒]ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจไว้ว่า การบริการที่ตรงตามความต้องการจากลูกค้าแต่ละกลุ่มนั้นมีความต้องการที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้นองค์กรจะต้องแยกความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มให้ได้ โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าหลักๆ ซึ่งจะทำให้องค์กรสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้า และความต้องการดังกล่าวมักจะเกี่ยวข้องกับ ราคา คุณภาพ และบริการ

มณีวรรณ ตั้งไทย[๔๓]ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า เมื่อได้รับบริการว่าเป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

ชริณี เดชจินดา[๔๔]ได้กล่าวถึงความพึงพอใจไว้ว่า เป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการ หรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนองความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน ระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า “ระบบความพึงพอใจ”ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าลบ

พิพัฒน์ ก้องกิจกุล[๔๕]ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าว่าในธุรกิจหนึ่งๆ นั้น หนทางหนึ่งที่จะพาไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้นั้น คือ การได้มีการวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจนั้น ซึ่งจะส่งผลให้ประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กรดีขึ้น รวมทั้งความพึงพอใจของลูกค้าก็สูงขึ้นตาม

อุไรวรรณ แย้มนิยม และยงยุทธ ฟูพงศ์ศิริพันธ์[๔๖] กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Satisfaction) จะมีความพึงพอใจ หรือไม่ ขึ้นอยู่กับผลงานหรือ ผลการปฏิบัติงานเปรียบ เทียบกับสิ่งที่ผู้บริโภคได้คาดหวังไว้ล่วงหน้า ถ้าทำงานได้ต่ำกว่าความคาดหมายของผู้บริโภค ผู้ บริโภคจะไม่เกิดความพึงพอใจ และถ้า สินค้าทำงานได้ดีกว่าความคาดหมาย ผู้บริโภคจะเกิดความสุขที่ได้เป็นเจ้าของบริการนั้นๆ ความพึงพอใจของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับคุณภาพ คุณประโยชน์ของบริการเนื่องจากคุณภาพ คุณประโยชน์มีผลต่อการทำงานของบริการต้องคุ้มกับต้นทุน (ราคา) สินค้าที่ลูกค้าจ่ายไป ลูกค้าจึงจะได้รับความพึงพอใจ

---

[๔๒] สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, อ้างใน อนิศรา เกลี้ยงอุบล, ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดพัทลุง, **ภาคนิพนธ์ปริญญา**, (สาขาวิชาธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์. ๒๕๔๖), หน้า ๗-๘.

[๔๓] มณีวรรณ ตั้งไทย, **พฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาต่อประชาชนผู้มาติดต่อ**, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๓๓), หน้า ๖๖-๖๙.

[๔๔] ยุพดี ลิ้มมธุรสกุล, **ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของกรุงเทพมหานคร ศึกษาสำนักงานเขตพระนคร, ภาคนิพนธ์ปริญญา** (พัฒนบริการศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๔๑), หน้า ๖-๗.

[๔๕] พิพัฒน์ ก้องกิจกุล, **คู่มือปฏิบัติ วิธีวัดความพึงพอใจของลูกค้า**, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ็กซเบอร์เน็ท จำกัด, ๒๕๔๖), หน้า ๕.

[๔๖] อุไรวรรณ แย้มนิยม และยงยุทธ ฟูพงศ์ศิริพันธ์, **การจัดการตลาด**, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ็กซเบอร์เน็ท จำกัด, ๒๕๔๒), หน้า ๖๐.

สรุปได้ว่าจากความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลในทางที่ดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น บุคคล กลุ่มบุคคล หรือ สถานการณ์เมื่อสิ่งเหล่านี้ตอบสนองความต้องการพื้นฐานทั้งร่างกายและจิตใจของบุคคลนั้น ความพึงพอใจเป็นเกณฑ์อย่างหนึ่งที่ใช้สำหรับวัดคุณภาพของการให้บริการบุคคล หน่วยงาน หรือองค์การต่างๆ ในส่วนของเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานของผู้ประกอบการท่องเที่ยว การสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นผู้รับบริการ เพื่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในให้บริการในขั้นตอนต่างๆ เพื่อที่จะนำผลมาปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานและส่งผลให้ผู้มาใช้บริการเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในการบริการ

๒.๒.๒ ลักษณะของความพึงพอใจ

การตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด โดยต้องเข้าใจถึงความคาดหวังของลูกค้า องค์กรที่มุ่งเน้นที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามีลักษณะดังนี้

๑) เข้าใจความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าในเรื่องสินค้า และบริการ

๒) สามารถสนองตอบต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าและผู้มีส่วนร่วมในองค์กรได้สมดุลกัน

๓) มีการสื่อและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าให้บุคลากรในองค์กรทราบอย่างทั่วถึง

๔) มีการวัดความพึงพอใจของลูกค้า และนำผลที่ได้นำมาปรับปรุงองค์กรอย่างมีประสิทธิผล

๕) มีการวางแผนและวิธีการในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าระยะยาว[๔๗]

๒.๒.๓ องค์ประกอบของความพึงพอใจ

มิลเลท, จอร์น ดี. (Millet, John D.)[๔๘]ได้ศึกษาองค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfactory Service) ความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ ผลการวิจัยพบว่ามีองค์ประกอบ ๕ ด้าน ดังนี้คือ

๑) การให้บริการอย่างเสมอภาค เช่น ความยุติธรรมในการบริหารงานของรัฐที่มีฐานคติที่ว่า คนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนี้ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ดังนี้ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

๒) การให้บริการอย่างทันเวลา ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

---

[๔๗] สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, อ้างใน อนิศรา เกลี้ยงอุบล, ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดพัทลุง, (ภาคนิพนธ์ปริญญา สาขาวิชาธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์, ๒๕๔๖), หน้า ๗-๘.

[๔๘] Millet, John D. อ้างถึงใน กาญจนา กังแฮ, ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการงานทะเบียนและภาษีรถตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ : ศึกษากรณีสำนักงานขนส่งจังหวัดพัทลุง, (ภาคนิพนธ์ปริญญา คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๔๕), หน้า ๒๕.

๓) การให้บริการอย่างเพียงพอ เช่น การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะ มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม The Right Quantity at The Geographical มิลเลทเห็นว่า ความเสมอภาคหรือการตรงต่อเวลาจะไม่มีความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งสำหรับให้บริการไม่เหมาะสมสร้างความไม่ยุติธรรมให้แก่ผู้รับบริการ

๔) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอโดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

๕) การให้บริการอย่างก้าวหน้า หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่งการเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถจะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

สรุปได้ว่าองค์ประกอบของความพึงพอใจเป็นการมุ่งเน้นที่ลูกค้า หมายถึงองค์กรต้องหาความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันและอนาคต และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด โดยต้องเข้าใจถึงความคาดหวังของลูกค้าเป็นสำคัญ เช่น มีความยุติธรรมในการให้บริการด้วยความเสมอภาคกัน มีความเสมอต้นเสมอปลาย การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการที่ทันเวลา เหล่านี้เป็นต้น

๒.๓ ความหมายการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว

๒.๓.๑ ความหมายการท่องเที่ยว (Tourism)

โคลท์แมน, เอ็ม. มิเชล. (Coltman, M. Michael.)[๔๙]ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึงความสัมพันธ์ซึ่งเกิดขึ้นจากความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้จัดบริการท่องเที่ยวหน่วยงานของรัฐบาลในท้องถิ่น และประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว กระทำต่อเนื่องเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

มิล, โรเบิร์ท คริสทิค (Mill, Robert Christic)[๕๐]ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึงการจัดกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจ การบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

แม็กอินทอช. ดับเบิลยู โรเบิร์ท. และ อาร์.ชาร์ล. เอส.โกลดเนอร์ (Mcintosh,W. Robert and R. Charle. S. Goeldner)[๕๑]กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง ผลรวมขอปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและการบริการต่างๆ รวมทั้งกับรัฐบาลประเทศเจ้าภาพ และประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรม

---

[๔๙]Coltman, M. Michael., **Tourism Marketing**, (New York : Van Nostrand Reinhold, ๑๙๘๙), p.๓.

[๕๐] Mill, Robcrt Christic., **Tourism The international Business**, (New Jerscy : Prentice Hall, ๑๙๙๐), p.๓๕๙.

[๕๑] Mcintosh, W. Robert and R. Charle. S. Goeldner, **Tourism Principle Practice Philosophics**, (New York : John Wiley and Sons Inc, ๑๙๘๖), p.๑๕๒.

หรือกระบวนการในการดึงดูด ด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่น เปี่ยมไปด้วยไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยว หรือ ผู้มาเยือน

องค์การการท่องเที่ยวโลก[๕๒](World Tourism Organizations หรือ WTO) ให้ความหมายการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง การเดินทางใดๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล ๓ ประการ ดังนี้

๑. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวแต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร

๒. การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจหรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อทำสงคราม

๓. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมญาติมิตร เพื่อความเบิกบาน บันเทิงเริงรมย์ เพื่อเล่นกีฬาต่างๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้และเพื่อติดต่อธุรกิจ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย[๕๓]ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง

๑. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว

๒. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ

๓. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

เดวิสัน, ร๊อบ (Davidson, Rob.)[๕๔] กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากบ้านพักเป็นการชั่วคราวระยะเวลาสั้นเพื่อไปเยี่ยมญาติมิตร หรือวัตถุประสงค์อื่นๆ ทางด้านการท่องเที่ยว เช่น การพักผ่อน การประชุมสัมมนา ฯลฯ

โฮโรเวย์. เจ คริสทอฟเฟอร์ (Holloway. J Christopher)[๕๕]กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การที่คนเดินทางออกจากที่พักหรือที่ทำงานไปยังสถานที่อื่นๆ ในระยะเวลาสั้นๆ และคนเหล่านี้จะทำกิจกรรมต่างๆ ระหว่างพักอาศัยชั่วคราวในสถานที่ท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางต้องการไปเยี่ยมญาติหรือท่องเที่ยว

พอนด์, คาทลีน ลิงค์ (Pond, Kathleen Lingle)[๕๖]ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัด บริการและการอำนวยความสะดวกเพื่อให้เกิดความสุขสบายในการเดินทาง

---

[๕๒] องค์การการท่องเที่ยว (WTO), **ความรู้เบื้องต้นการท่องเที่ยว/ความหมายของการท่องเที่ยว**, [Online], Available from: <https://tourismatbuu.wordpress.com/>, [๑๘ September ๒๐๑๔].

[๕๓] การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, **สถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดพะเยา**, (กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ๒๕๔๙), หน้า ๒-๓.

[๕๔] Davidson, Rob. , **Tourism**, (Singapore: Longman Group Limited, ๑๙๙๓), p.๒.

[๕๕] Holloway. J Christopher., **The Business of Tourism**, (Plymouth: Macdonald and Evans Lid, ๑๙๘๓), p.๓.

[๕๖] Holloway. J Christopher.,, **The Professional Guidc: Dynamies of Tour Guiding**, (New York : Van Nostrand Reinhold, ๑๙๘๓), p.๓๕.

เดวิสัน, ร๊อบ (Davidson, Rob.)[๕๗]ได้อธิบายวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวไว้ ๓ ประการ ดังนี้ คือ

๑. การท่องเที่ยวในเวลาว่าง (Leisure Tourism) วัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยว คือ

๑.๑ การท่องเที่ยวในวันหยุด เช่น การเดินทางไปพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

๑.๒ การเล่นกีฬา เช่น การขี่ม้า การล่องเรือ ฯลฯ

๑.๓ การท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปวัฒนธรรม

๑.๔ การเยี่ยมญาติมิตร

๒. การท่องเที่ยวทางธุรกิจ (Business Tourism) การท่องเที่ยวทางธุรกิจแบ่งได้ดังนี้

๒.๑ การท่องเที่ยวเพื่อการติดต่อทางด้านธุรกิจ เช่น การเดินทางเพื่อไปเยี่ยมชมสินค้าหรือซื้อสินค้า

๒.๒ การท่องเที่ยวเพื่อชมการแสดงสินค้า หรือการแสดงนิทรรศการ

๒.๓ การประชุมทางด้านธุรกิจ

๓. การท่องเที่ยววัตถุประสงค์อื่นๆ ได้แก่ การศึกษาเล่าเรียนในระยะเวลาสั้นๆ ประมาณไม่เกิน ๒ เดือน การท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพ เช่น การอาบน้ำแร่ การท่องเที่ยวเพื่อศาสนกิจ

สรุปจากความหมายการท่องเที่ยวนั้นแสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อติดต่อทางธุรกิจ เพื่อเยี่ยมญาติมิตร เพื่อความเบิกบาน บันเทิงเริงรมย์ เพื่อเล่นกีฬาเพื่อการประชุมสัมมนา หรือเพื่อศึกษาหาความรู้ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือหารายได้ ไม่ใช่การประกอบอาชีพอย่างถาวร และไม่ได้เป็นการถูกบังคับให้ต้องเดินทางแต่ก็ด้วยความสมัครใจ

๒.๓.๒ การท่องเที่ยวกับมุมมองทางจิตวิทยา

นิศา ชัชกุล[๕๘]กล่าวถึงธุรกิจบริการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่นักท่องเที่ยวใช้บริการเพื่อนำเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยว ให้จองที่พัก จัดซื้อบัตรโดยสาร บริการขนส่ง และบริการอื่นๆ ซึ่งครบวงจรการท่องเที่ยวจึงเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง ธุรกิจบริการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างนักท่องเที่ยวหรือผู้ซื้อ(Travelers or Buyers) กับผู้บริการท่องเที่ยว (Suppliers) ในการเลือกและซื้อขายบริการท่องเที่ยว จุดหมายปลายทางที่ผู้ซื้อต้องการ (Travel Products and Destinations) ผู้ผลิตบริการท่องเที่ยวได้ขยายหน้าที่เป็นระบบสี่ชั้นประกอบด้วย

(๑) ระบบชั้นเดียว ตัวแทนนำเที่ยว ผู้ซื้อเป็นส่วนบุคคลหรือกลุ่ม

(๒) ระบบสองชั้น ตัวแทนนำเที่ยว/จำหน่ายเฉพาะหรือผู้ขายส่งบริการท่องเที่ยว ผู้ซื้อเป็นส่วนบุคคลหรือกลุ่ม

(๓) ระบบสามชั้น ตัวแทนจำหน่ายเฉพาะหรือผู้ขายส่งบริการท่องเที่ยว ตัวแทนนำเที่ยว ผู้ซื้อเป็นส่วนบุคคลหรือกลุ่ม

---

[๕๗] Davidson, Rob. ,**Tourism**, (Singapore: Longman Group Limited, ๑๙๙๓), p.๒-๔.

[๕๘] นิศา ชัชกุล, **อุสาหกรรมการท่องเที่ยว**, (กรุงเทพมหานคร: สานักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๗), หน้า ๒๓๐.

(๔) ระบบสี่ชั้น ผู้ขายส่งบริการท่องเที่ยว ตัวแทนบริการท่องเที่ยว ตัวแทนเฉพาะจำหน่ายเฉพาะ ผู้ซื้อเป็นส่วนบุคคลหรือกลุ่ม

เพียรย์ มอร์นิสัน แอนด์ รัดเลดย์ (Pearce, Morrison & Rutledge)[๕๙]ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวที่ดีนั้นควรมีจิตวิทยา ที่ได้จากการศึกษา[๖๐]อ้างถึงใน เลิศพร ภาระสกุล กล่าวว่าแรงจูงใจเป็นเหตุผลที่มีน้ำหนักที่ทำให้บุคคลทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แต่แรงจูงใจทางด้านการท่องเที่ยวมีความแตกต่างไปจากความหมายของคำว่าแรงจูงใจที่นักทฤษฎีด้านจิตวิทยาได้กล่าวไว้ แรงจูงใจด้านการท่องเที่ยงเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น แรงจูงใจที่จะมาพักผ่อนที่เกาะสมุยของนักท่องเที่ยวจากสวีเดนอาจจะเกิดจากความต้องการการพักผ่อน ส่วนหนึ่งเป็นพลังผลักดันให้บุคคลเดินทางความต้องการที่จะได้สัมผัสผืนทราย พลังในส่วนที่เป็นพลังทางสังคม คือความต้องการที่จะได้ชื่อว่าเป็นคนโก้เก๋ทันสมัยเพราะการมาท่องเที่ยวในประเทศเอเชียกำลังเป็นสมัยนิยมของคนหนุ่มสาวยุโรปเกิดจากพลังทางสังคมวิทยา ในส่วนของความต้องการที่จะเป็นคนที่ทำตามกระแสนิยมของแฟชั่นความต้อง การที่จะถูกยกย่องว่าทันสมัยไม่ตกยุค ในการวิเคราะห์แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เลือกไปท่องเที่ยวในสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง โดยยึดหลักของเครือข่ายของพลังทางด้านชีววิทยาและพลังงานด้านสังคมเป็นตัวตั้งแล้วจะทำให้เข้าใจถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวได้ดีขึ้น การที่ผู้ประกอบการทางการท่อง เที่ยวหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางเอาไว้จำเป็นจะต้องเข้าใจถึงแรงจูงใจของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว อย่างนักเดินทางในยุคกลางที่เดินทางไปแสวงบุญมีแรงจูงใจทางการเดินทางอย่างอื่นด้วยนอกจากการไปเข้าเฝ้าพระผู้เป็นเจ้าบางคนต้องการเดินทางไปเพื่อการบำบัดโรคด้วย ในขณะเดียวกันพฤติกรรมการหยิบฉวยสิ่งของติดมือกลับมาเป็นของที่ระลึกจากการเดินทางก็สะท้อนให้เห็นถึงแรงจูงใจในด้านความภาคภูมิใจที่ทำการเดินทางได้สำเร็จ ความเข้าใจเกี่ยวกับตัวผู้บริโภค คือหัวใจของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจต่างๆ รวมถึงธุรกิจทางด้านการท่องเที่ยว ความสำเร็จทางธุรกิจการท่องเที่ยวจึงหมายถึงทุกภาคส่วนของธุรกิจการท่องเที่ยวจะต้องสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภคทุกภาคส่วนหมายถึง แหล่งท่องเที่ยว และผู้ที่เกี่ยวข้องในแหล่งประกอบการด้านที่พัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม และผู้ประกอยการด้านการคมนาคม และการขนส่ง ดังนั้นบุคคลในทุกภาคส่วนจำเป็นต้องเข้าใจถึงความต้องการจำเป็นของผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยวเพราะบุคคลเหล่านี้เป็นผู้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เมื่อความต้องการจำเป็นได้รับการตอบสนองเท่าที่นักท่องเที่ยวต้องการหรือมากกว่าที่นักท่องเที่ยวต้องการนักท่องเที่ยวก็จะเกิดความพึงพอใจ เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ก็จะสามารถหวังได้ว่านักท่องเที่ยวจะกลับมาเยือนหรือลับมาใช้บริการซ้ำและบอกต่อไปยังผู้อื่น ซึ่งหมายถึงการเติบโตของธุรกิจซึ่งเป็นเป้าหมายของผู้ประกอบธุรกิจทุกคน ดังนั้น ความเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวจึงเป็นส่วนสำคัญของการดำเนินธุรกิจทางด้านการท่องเที่ยว

---

[๕๙] เลิศพร ภาระสกุล, **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๕), หน้า ๑๘๑.

เลิศพร ภาระสกุล[๖๑]กล่าวว่า สำหรับในปัจจุบันนั้น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวต้องสามารถเข้าใจพฤติกรรมผู้ท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี จึงจะสามารถพัฒนาการบริการได้มากขึ้น กล่าวคือ ในด้านพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย ผู้บริโภคทุกคนมีอิสระในการเลือกและมีอิสระในการตัดสินใจว่าจะเลือกท่องเที่ยวที่ไหน พฤติกรรมผู้บริโภคมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ และสำหรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวก็ประกอบไปด้วยขั้นตอนต่างๆ โดยเริ่มตั้งแต่บุคคล (ผู้บริโภค) ตระหนักถึงความต้องการจำเป็นที่เกิดขึ้น จนกระทั่งผู้นั้นได้รับการกระตุ้นจนกระทั่งกลายเป็นผู้บริโภคที่มีศักยภาพในที่สุด ขั้นตอนแต่ละขั้นของพฤติกรรมผู้บริโภคดำเนินเป็นขั้นๆ ทั้งในด้านทางจิตวิทยามีมุมมองดังนี้ ต้องมีกระบวนการเกิดการกระตุ้นให้มีความต้องการสร้างให้การรับรู้ความต้องการที่เกิดขึ้น เข้าใจระดับของการใช้เวลาในการหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนสามารถพัฒนาขั้นการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว ท้ายที่สุดพฤติกรรมหลังการซื้อหรือพฤติกรรมหลังจากการท่องเที่ยว เป็นความรู้สึกต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับตัวนักท่องเที่ยว การตัดสินใจที่จะท่องเที่ยวหรือซื้อการท่องเที่ยวเป็นการตัดสินใจซื้อที่ต้องใช้การพิจารณาอย่างรอบคอบเหมือนกับการตัดสินใจซื้อบ้านหรือซื้อของ ผู้ซื้อบางคนพอใจกับประสบการณ์ที่ได้รับ แต่บางคนอาจคิดว่าเป็นการตัดสินใจที่ผิดพลาด ในขั้นนี้นักท่องเที่ยวต้องการความมั่นใจจากผู้จัดการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการชดเชยในด้านความผิดพลาดหรือข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นระหว่างการท่องเที่ยว รวมไปถึงการจัดการให้มีสายด่วนเพื่อให้นักท่องเที่ยวขอความช่วยเหลือได้ในขณะท่องเที่ยว[๖๒]

สรุปได้ว่า ธุรกิจบริการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างนักท่องเที่ยวหรือผู้ซื้อกับผู้บริการท่องเที่ยวในการเลือกและซื้อขายบริการท่องเที่ยว เพื่อจุดหมายปลายทางที่ผู้ซื้อต้องการ เป็นการตัดสินใจซื้อที่ต้องใช้การพิจารณาอย่างรอบคอบเหมือนกับการซื้อสินค้า ผู้ซื้อบางคนพอใจ แต่บางคนอาจคิดว่าเป็นการตัดสินใจที่ผิดพลาด นักท่องเที่ยวต้องการความมั่นใจจากการตัดสินใจซื้อขายบริการท่องเที่ยว

๒.๓.๓ ค่านิยม และการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงจิตวิทยา

Samovar และ Poster อ้างถึงใน เลิศพร ภาระสกุล[๖๓]การรับรู้ (perception) หมายถึงกระบวนการการเห็นโลกรอบตัวของบุคคล ซึ่งบุคคลทำการเลือกสรร จัดระบบ และแปลความหมายสิ่งเร้าต่างๆ ให้เกิดเป็นภาพซึ่งมีความหมายและมีเอกภาพกับสิ่งต่างๆในโลก โดยองค์ ประกอบหรือปัจจัยอย่างหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความหมายของการรับรู้ ได้แก่ วัฒนธรรม (วัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อสิ่งแวดล้อมที่บุคคลเติบโตขึ้นมา วัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดความหมายของประสบการณ์ต่างๆ ให้แก่บุคคล วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่สอนให้บุคคลรับรู้ความหมายของประสบการณ์ต่างๆ รอบตัวจะตีความตามประสบการณ์นั้นๆ ซึ่งบุคคลเรียนรู้ที่จะรับสิ่งต่างๆ รอบตัวเขาจะเป็นสิ่งกำหนดให้บุคคลรู้ว่าต้องแสดงพฤติกรรมอย่างไร คนเรามักจะประพฤติตัวหรือแสดงออกซึ่งพฤติกรรมตามวิธีที่ได้เรียนรู้มาจากการ

---

[๖๑] เลิศพร ภาระสกุล, **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**, หน้า ๑๘๔.

[๖๒] เรื่องเดียวกัน, หน้า ๓๔๗.

[๖๓] เรื่องเดียวกัน, หน้า ๒๔๘.

รับรู้เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ รอบตัวในกระบวนการตัดสินพฤติกรรมของตัวเอง และพฤติกรรมของผู้อื่น การตอบสนองต่อสิ่งเร้าซึ่งได้เรียนรู้มาจากวัฒนธรรมของคนคนนั้น สิ่งเร้าอันใดที่จะเข้ามาสู่การรับรู้และจะไปมีอิทธิพลต่อการตัดสินการรับรู้และให้ความหมายต่อสิ่งเร้านั้นขึ้นอยู่กับกระบวนการการรับรู้ซึ่งถูกกำหนดโดยวัฒนธรรมจะตอบสนองต่อสิ่งเร้าซึ่งมีความสำคัญต่อตัว วัฒนธรรมจะเป็นตัวกำหนดว่าสิ่งเร้าอันไหน และหลักเกณฑ์ของการรับรู้ตัวไหนมีความสำคัญ ที่อยู่ในวัฒนธรรมเดียวกันจะสัมผัสกับประสบการณ์ที่คล้ายๆ กัน จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าคล้ายๆ กัน เมื่อบุคคลเข้าไปอยู่ในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน คนจะเผชิญกับประสบการณ์ที่แตกต่างไปจากที่เคยรู้จัก ในขณะที่บุคคลตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่แปลกหรือแตกต่างออกไปจะทำให้การรับรู้ต่อโลกภายนอก เปลี่ยนแปลงไป

ในมิติของผู้ประกอบการการสร้างให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการท่องเที่ยวเห็นความสำคัญของสัญชาติของนักท่องเที่ยวถือเป็นบทบาทที่พึงประสงค์อย่างยิ่ง จากการศึกษาพบว่าชุมชนท้องถิ่นต่างๆ มีการรับรู้ว่านักท่องเที่ยวจากแต่ละประเทศและแต่ละสัญชาติมีความแตกต่างกัน และมีการประพฤติตัวแตกต่างออกไปจากคนในชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวหลากหลายชาติ นักท่องเที่ยวจะถูกมองหรือถูกรับรู้ว่ามีความแตกต่างกันในหลากหลายแง่มุม เช่น มีความต่างกันในด้านพฤติกรรม ทัศนคติ การใช้เวลาว่าง และระดับศีลธรรม การสร้างการรับรู้ในด้านบวกในประเทศที่พัฒนาแล้ว การรับรู้ของเจ้าบ้านที่มีต่อนักท่องเที่ยวในด้านที่เป็นบวก เช่น หนุ่มชาวอาหรับมักจะมีสัมพันธภาพกับนักท่องเที่ยวที่เป็นหญิงสาวชาวตะวันตกที่เข้าไปเยือนอิสราเอล การรับรู้จะมีทิศทางไปทางด้านบวกมากขึ้นหากนักท่องเที่ยวมีความรู้สึกผูกพันเป็นทุนเดิมอยู่ก่อนกับประเทศ ที่ไปเยือน การรับรู้ทางด้านบวกต่อนักท่องเที่ยวและการพัฒนาสัมพันธภาพระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้านได้พบว่ามีอยู่ในประเทศที่ยังไม่พัฒนาทางด้านเทคโนโลยีเหมือนกัน ขณะที่การสร้างการรับรู้ในด้านลบในประเทศที่พัฒนาแล้ว การรับรู้ในด้านลบต่อตัวนักท่องเที่ยวในประเทศที่มีความเจริญแล้วก็มีอยู่เหมือนกัน เช่น นักท่องเที่ยวชาวคาตาลันจากประเทศสเปน แสดงการรับรู้ต่อเจ้าบ้านชาวอังกฤษว่าเป็นคนแข็งกระด้างแต่สามารถพึ่งพาอาศัยได้ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเยือนจำนวนมาก พบว่าเจ้าบ้านในประเทศที่มีนักท่องเที่ยวไปเยือนจำนวนมากจะเกิดการรับรู้ในด้านลบต่อนักท่องเที่ยว เช่น สเปน รัฐฮาวาย เนื่องจากการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวการรับรู้ของเจ้าบ้านที่มีต่อตัวนักท่องเที่ยวก็ยิ่งมีความซับซ้อนมากขึ้น ขณะที่การท่องเที่ยวมีการขยายตัวทำให้นักนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และมีการจัดหาสิ่งอานวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น สิ่งเหล่านี้ก่อ ให้เกิดความไม่พอใจและการต่อต้านนักท่องเที่ยวในหมู่ประชาชนในพื้นที่ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นในหมู่ชุมชนในพื้นที่มีทั้งความวิตกกังวล ความอิจฉา ความเกลียด และกลัวคนแปลกหน้า ความไม่สนใจไยดี การแสดงความหยาบคาย และการแสดงออกทางกายให้เห็นถึงการเป็นปฏิปักษ์ต่อนักท่องเที่ยว เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาก้าวล่วงในความเป็นส่วนตัว เจ้าบ้านมีความรู้สึกว่านักท่องเที่ยวจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อมาตรฐานการครองชีพที่เสื่อมถอยลงไป การท่องเที่ยวแบบมหาชนมีการขยายตัวมากขึ้น นักท่องเที่ยวไม่ถูกมองว่าเป็นปัจเจกบุคคลอีกต่อไปแต่จะถูกมองว่าเป็นคนนอกกลุ่ม (out-group) ที่ชอบเอาแต่ได้ การท่องเที่ยวแบบมหาชนส่งผลให้เจ้าบ้านเกิดความไม่พอใจต่อผู้มาเยือน ไม่เห็นอกเห็นใจผู้มาเยือน และหมดความอดทนต่อนักท่องเที่ยว การรับรู้ที่เป็นบวกต่อนักท่องเที่ยวหายไป เป็น การรับรู้ด้านลบ

เลิศพร ภาระสกุล[๖๔]กล่าวว่า ค่านิยมมีประโยชน์ในการจำแนกนักท่องเที่ยวออกจากกลุ่มที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว และจำแนกค่านิยมพบว่า ค่านิยมเป็นตัวกำหนดแรงจูงใจและความต้องการที่จะไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวนั้น พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่านิยมโดยทั่วไป และค่านิยมด้านการท่องเที่ยวแต่ละบุคคล ในมิติของค่านิยมของการนักท่องเที่ยวนั้นในปัจจุบันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวแบบมหาชน การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวจากการซื้อทัวร์เหมาหรือแพ็กเกจทัวร์ไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแพ็กเกจมาตรฐานที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวตามตารางเวลามาเป็นการจัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมนี้เป็นผลมาจากการพัฒนาด้านระบบติดต่อสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ และเป็นผลมาจากการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ทำให้คนในโลกได้ใกล้ชิดกันมากขึ้น ผู้คนในปัจจุบันเป็นตัวของตัวเองมากขึ้น หันมาทบทวนพฤติกรรมการบริโภคของตัวเองมากขึ้น เช่นการใช้เวลาอย่างคุ้มค่าและให้ความสำคัญกับครอบครัวและการพักผ่อนหย่อนใจมากเท่ากับการทำงาน การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และค่านิยมส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวประเภทแสวงหาประสบการณ์ ซึ่งต้องการสิ่งที่เป็นของแท้หรือชีวิตจริงในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวมากขึ้นนอกเหนือ จากความสวยงามของธรรมชาติหรืองานเทศกาล การเปลี่ยนแปลงในค่านิยมที่ผู้คนในปัจจุบันยึดถืออยู่ ทำให้เกิดมีนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่ให้ความสำคัญกับระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ มีนักท่องเที่ยวที่ต้องการสร้างสัมพันธภาพกับเจ้าบ้านหรือผู้คนที่อยู่ในท้องถิ่นของจุดหมายปลายทางเกิดขึ้นตามหลักอุดมคติของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

สรุปได้ว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่านิยมโดยทั่วไป ค่านิยมด้านการท่องเที่ยวแต่ละบุคคล ในปัจจุบันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างไป มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมนี้เป็นผลมาจากการพัฒนาด้านระบบติดต่อสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ มีการค่านิยมการท่องเที่ยว ทำให้ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวประเภทแสวงหาประสบการณ์ นักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีค่านิยมที่ให้คุณค่ากับการเรียนรู้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเน้นที่คุณภาพของประสบการณ์การท่องเที่ยวมากกว่าเพียงแค่การสนองความต้องการทางด้านร่างกายด้วยการพักผ่อนหย่อนใจเพียงอย่างเดียว

---

[๖๔] เลิศพร ภาระสกุล, **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**, หน้า ๓๕๑.

๒.๓.๔ ความหมาย และลักษณะการท่องเที่ยวเชิงพุทธ

พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร.และคณะ[๖๕]ได้อธิบายความหมายของการท่องเที่ยวเชิงพุทธไว้ดังนี้การท่องเที่ยวในแนวพุทธ มิใช่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ แต่เป็นสิ่งที่มีมาตั้งแต่ในสมัยพุทธกาล ซึ่งมีคำนิยามต่างๆ เช่น "ธรรมสัญจร" "การจาริกแสวงบุญ" "การเดินทางแสวงบุญ" หรือแม้แต่ในปัจจุบันที่ว่า การท่องเที่ยวแนวพุทธ หรือ Buddhist Tourism ซึ่งถ้าหากกล่าวถึงพระพุทธวจนะในคราวที่ส่งสาวกไปเผยแผ่พระพุทธศาสนาที่ว่า"จรถ ภิกขเว พหุชนหิตาย พหุชนสุขาย โลกานุกมปกาย ภิกษุทั้งหลาย พวกท่านจงเที่ยวจาริกไป เพื่อประโยชน์เกื้อกูล เพื่อความสุข เพื่ออนุเคราะห์ชาวโลก" หรือกล่าวโดยย่อว่า"จงเที่ยวจาริกไปเพื่อประโยชน์และความสุขของคนหมู่มาก" จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวแนวพุทธ ในแต่ละนิยาม ล้วนมีความหมายเพื่อการแสวงหาความรู้ ศึกษาหาข้อปฏิบัติอันเป็นหลักการในการดำรงชีวิตอย่างถูกต้อง ไม่เบียดเบียนทั้งตนเองและผู้อื่น ซึ่งหมายถึงเป็นการเดินทางที่ก่อประโยชน์เกื้อกูลซึ่งกันละกัน ระหว่างผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวและผู้ให้การบริการ อันจะนำมาซึ่งความสงบสุข สันติภาพ แก่มวลมนุษย์ทุกหมู่เหล่า มิได้เป็นการเดินทางเพื่อบังเบียดผู้อื่น หรือเพื่อสนองความต้องอยากของนักท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นการเดินทางที่ควบคู่ไปกับการศึกษาการพัฒนาจิตใจของผู้เดินทาง และการปฏิบัติในหนทางที่ถูกต้องแก่เพื่อนมนุษย์ รวมถึงหมู่สัตว์และสิ่งแวดล้อมอันวิถีทางแห่งธรรมชาติอันยิ่งใหญ่ที่ทุกสรรพสิ่งล้วนต่างพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันและเพื่อความดีงามของสังคมและสรรพสิ่งในโลก ซึ่งอาจกล่าวโดยสรุปว่า "การท่องเที่ยวแนวพุทธคือ การเดินทางเพื่อการศึกษา พัฒนาจิตใจ และการปฏิบัติในแนวทางที่ถูกต้องแก่เพื่อนมนุษย์และสิ่งแวดล้อมในลักษณะที่ก่อให้เกิดประโยชน์เกื้อกูลต่อสรรพสิ่ง

พระมหาเสรีชน นริสสฺโร, สายชล ปัญญชิตและภูเบศ วณิชชานนท์[๖๖]ได้เน้นถึงมุมมองที่แตกต่างไปในมิติของสำหรับการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทยนั้น ส่วนใหญ่เป็นกระบวนการและการดำเนินการภายใต้ความร่วมมืออย่างไม่เป็นทางการระหว่างองค์กรภาครัฐด้านการท่องเที่ยวอันได้แก่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยว และกีฬา สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม องค์กรภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยว เครือข่ายชุมชน และองค์กรทางพระพุทธศาสนาหรือวัดนั่นเองส่งผลให้รูปแบบ และกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ในประเทศไทย ยังจำกัดอยู่บนฐานคิดของความร่วมมือเชิงเทศกาลและปัญหาเฉพาะหน้า กล่าวคือ ขาดการวางยุทธศาสตร์และแผนงานอย่างเป็นระบบ รวมทั้งยังไม่ได้มีการจัดวางกิจกรรม มีปฏิทินการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยว รวมทั้งระบบการบริหารจัดการที่เป็นมาตรฐานสากลเช่น เดียวกับการท่องเที่ยวในลักษณะอื่นๆ

---

[๖๕] พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. และคณะ,“**การพัฒนารูปแบบละกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย**”,(กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๕๖), หน้า ๒๒.

[๖๖] พระมหาเสรีชน นริสฺสโร, สายชล ปัญญชิตและภูเบศ วณิชชานนท์, **การจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย**, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๗), หน้า ๑๓.

พระมหาสุเทพ สุปณฺฑิโต[๖๗] ได้เชื่อมโยงลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงพุทธว่าเป็นการแสดงออกถึงพุทธสถาปัตยกรรมต่างๆ ทั้งสถูป เจดีย์ วิหาร ศาลาการเปรียญ หอไตร พระพุทธปฏิมา ตลอดถึง จิตรกรรมฝาผนัง ฯลฯ ภายในวัด นอกจากจะสื่อให้เห็นถึงความศรัทธาในพระพุทธศาสนาของชาวไทยแล้ว ยังแสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการทางด้านจิตรกรรมและสถาปัตยกรรมอันเกิดจากการสั่งสมภูมิปัญญาของบรรพชนไทยในอดีต องค์การการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้ใช้ภาพของพระปรางค์วัดอรุณราชวรารามเป็นส่วนหนึ่งในสัญลักษณ์ขององค์กร เพื่อสะท้อนถึงความเป็นไทยผ่านลักษณะทางสถาปัตยกรรม นอกจากนี้ ยังพบว่าในหลายๆ จังหวัดได้ใช้สัญลักษณ์ที่เกี่ยวเนื่องกับพระ พุทธศาสนาในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัด อาทิเช่น จังหวัดพิษณุโลกใช้รูปพระพุทธชินราชเป็นสัญลักษณ์ เป็นต้น

ดาเลท เจ. ทิมอนทิ และดาเนียน เอส. โอลเสน (Dallen J. Timothy และ Daniel H. Olsen)[๖๘]ได้สรุปให้เห็นถึงการท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์และศาสนาว่าเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จุดเด่นของการท่องเที่ยวประเภทนี้มักจะขึ้นอยู่กับเรื่องราวหรือวาทกรรม ความเป็นมาและประวัติศาสตร์ของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น โดยเฉพาะการทำให้เกิด “สิ่งที่เหลือเชื่อ สิ่งที่ไม่น่าเป็นไปได้หรือเป็นไปได้ยาก” ในปัจจุบันการท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น โบสถ์โบราณในคริสต์ศาสนา พุทธสถานในศาสนาพุทธ ซึ่งเป็นสถานที่ที่ประกอบด้วยเรื่องราวหรือวาทกรรมที่มีมาเป็นเวลานาน รวมถึงสถาปัตยกรรมที่เป็นสิ่งสนับสนุนความสมจริง สถานที่ประเภทนี้จึงเป็นสถานที่ที่ผู้คนให้ความสนใจมากยิ่งขึ้น วิธีการเผยแพร่เรื่องราวเหล่านี้ทำได้ง่ายขึ้นในปัจจุบันโดยอาศัย วิธีการของการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ยิ่งทำให้เรื่องราวของสถานที่แพร่กระจายออกไปได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น สถานที่ท่องเที่ยวประเภทนี้ ถ้าหากมีความสะดวกสบายน้อย เข้าถึงได้ยาก ย่อมได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากขึ้นไปอีก

โดยสรุปแล้วความหมายของการท่องเที่ยวเชิงพุทธ จึงเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่มีส่วนผสมของการนำเสนอสถานที่ทางพระพุทธศาสนาเข้าร่วมด้วยในปัจจุบันทั้งองค์กรทางพระพุทธศาสนา องค์กรด้านการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและองค์กรภาคประชาชนต่างให้ความสนใจและร่วมกันวางมาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในอนาคต ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวจึงควรให้ความสนใจ และเข้าใจระเบียบและมาตรฐานพื้นฐานของการจัดการท่องเที่ยวต่างๆ จึงจะสามารถพัฒนาค่านิยมและแนวปฏิบัติที่ถูกต้องต่อการบริการได้

---

[๖๗] พระมหาสุเทพ สุปณฺฑิโต, **ผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวที่มีต่อวัดและชุมชน : ศึกษาเฉพาะกรณีวัดไผ่โรงวัว ตำบลบางตาเถร อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี**, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๕), หน้า ๒๗.

[๖๘] Dallen J. Timothy & Daniel H. Olsen ,**Tourism, Religion and Spiritual Journeys Timothy**,(London: New York, ๒๐๐๖), p.๖๕๐.

๒.๔ ความหมายนักท่องเที่ยว (Tourist)

นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourist) องค์การท่องเที่ยวโลกได้ให้คำจำกัดความของนักท่องเที่ยวภายในประเทศว่า หมายถึง บุคคลที่อาศัยในประเทศและเดินทางจากที่พักของตนเองไปยังสถานที่อื่นภายในประเทศได้พักแรมอยู่ในสถานที่นั้นไม่น้อยกว่า ๒๔ ชั่วโมง หรือ ๑ คืน มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุรกิจ พบปะญาติมิตร และการประชุมสัมมนา[๖๙]

ในปีค.ศ. ๑๙๓๗ องค์การสันนิบาตชาติ (The League of Nations) ได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ(International Tourist) ไว้ดังนี้ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หมายถึง บุคคลซึ่งไปเยี่ยมเยือนประเทศอื่น และพักอาศัยอยู่ในประเทศนั้นไม่น้อยว่า ๒๔ ชั่วโมง และให้หมายรวมถึงบุคคลที่โดยสารมากับเรือเดินสมุทรด้วยแต่พักอยู่ในสถานที่ของประเทศนั้นๆ ไม่น้อยกว่า ๒๔ ชั่วโมง

ในปีค.ศ.๑๙๕๐ องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวโลก (The World Tourism Organization) ได้ยอมรับความหมายการท่องเที่ยวของสันนิบาตชาติ แต่ก็ได้แก้ไขเพิ่มเติม ให้นักศึกษาซึ่งเดินทางไปศึกษาต่อต่างประเทศจัดอยู่ในประเภทของนักท่องเที่ยว

องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ได้จัดลักษณะของนักท่องเที่ยวไว้ต่อไปนี้

๑. นักท่องเที่ยวต้องเดินทางออกจากที่พักด้วยความสมัครใจ

๒. การไปเที่ยวต้องเป็นการชั่วคราวและระยะสั้น

๓. จุดประสงค์ของการไปเที่ยวเพื่อพักผ่อน หรือกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

การประชุมขององค์การสหประชาชาติเกี่ยวกับเรื่องการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศในปี ค.ศ. ๑๙๖๓ บัญญัติคำว่า ผู้มาเยือน (Visitor) และได้แบ่งผู้มาเยือนออกเป็น ๒ ประเภท

ประเภทที่ ๑ นักท่องเที่ยง (Tourist) หมายถึง ผู้มาเยือนชั่วคราวและพักอยู่ในประเทศที่มาเที่ยวไม่น้อยกว่า ๒๔ ชั่วโมง วัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อใช้เวลาว่างในการพักผ่อนท่องเที่ยวในวันหยุด รักษาสุขภาพ การศึกษา การศาสนา การกีฬา การเยี่ยมเยียนญาติมิตร ติดต่อธุรกิจและการประชุมสัมมนา

ประเภทที่ ๒ นักทัศนาจร (Excursionist) หมายถึง ผู้มาเยือนชั่วคราวที่พักน้อยกว่า ๒๔ ชั่วโมง ในประเทศซึ่งไปเยี่ยมเยียน

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวนั้นเดินทางออกจากที่พักด้วยความสมัครใจ การไปเที่ยวต้องเป็นการชั่วคราวและระยะสั้น จุดประสงค์ของการไปเที่ยวเพื่อพักผ่อน หรือกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นผู้มาเยือนชั่วคราว เพื่อใช้เวลาว่างในการพักผ่อนท่องเที่ยวในวันหยุด รักษาสุขภาพ เพื่อการศึกษา การศาสนา การกีฬา การเยี่ยมเยียนญาติมิตร ติดต่อธุรกิจ และการประชุมสัมมนา

๒.๕ หลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการ

---

[๖๙] Mill, Robcrt Christic., **Tourism The international Business**, (New Jerscy: Prentice Hall, ๑๙๙๐), p.๒๐.

ผู้วิจัยศึกษาเพื่อทำความเข้าใจความสัมพันธ์ของการจัดการท่องเที่ยวโดยการนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้กับผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในมิติของการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้มีการบริการที่ประทับใจกับผู้รับบริการมากยิ่งขึ้น โดยมีการใช้หลักธรรมดังต่อไปนี้

๒.๕.๑ หลักสาราณียธรรม ๖

ในพระไตรปิฎกภาษาไทย กล่าวถึง หลักสาราณียธรรม ๖ ไว้ว่า สาราณียธรรม ๖ ธรรมเป็นที่ตั้งแห่งความให้ระลึกถึง ธรรมเป็นเหตุที่ระลึกถึงกัน หลักการอยู่ร่วมกัน สาราณียธรรม ๖ ประกอบด้วย

๑. เมตตากายกรรม ตั้งเมตตากายกรรม ทั้งต่อหน้าและลับหลัง คือ ช่วยเหลือกิจธุระของผู้ร่วมคณะด้วยความเต็มใจ แสดงกิริยาอาการสุภาพ เคารพนับถือกัน ทั้งต่อหน้าและลับหลัง

๒. เมตตาวจีกรรม ตั้งเมตตาวจีกรรม ทั้งต่อหน้าและลับหลัง คือ ช่วยบอกแจ้งสิ่งที่เป็นประโยชน์ สั่งสอนแนะนำ ตักเตือนด้วยความหวังดี กล่าววาจาสุภาพ แสดงความเคารพนับถือกัน ทั้งต่อหน้าและลับหลัง

๓. เมตตามโนกรรม ตั้งเมตตามโนกรรม ทั้งต่อหน้าและลับหลัง คือ ตั้งจิตปรารถนาดีคิดทำสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่กัน มองกันในแง่ดี มีหน้าตายิ้มแย้ม แจ่มใสต่อกัน

๔. สาธารณโภคี ได้ของสิ่งใดมาก็แบ่งปันกัน คือ เมื่อได้สิ่งใดมาโดยชอบธรรม แม้เป็นของเล็กน้อย ก็ไม่หวงไว้ผู้เดียว นำมาแบ่งปันเฉลี่ยเจือจาน ให้ได้มีส่วนร่วม ใช้สอยบริโภคทั่วกัน ข้อนี้ใช้อัปปฏิวัตติโภคีก็ได้

๕. สีลสามัญญตา มีศีลบริสุทธิ์เสมอกันทั้งต่อหน้าและลับหลัง คือ มีความประพฤติสุจริตดีงาม ถูกต้องตามระเบียบวินัย ไม่ทำตนให้เป็นผู้น่ารังเกียจของหมู่คณะ

๖. ทิฏฐิสามัญญตา มีทิฏฐิงามเสมอกัน ทั้งต่อหน้าและลับหลัง คือ มีความเห็นชอบร่วมกัน ในข้อที่เป็นหลักการสำคัญที่จะนำไปสู่ความหลุดพ้น สิ้นทุกข์ หรือขจัดปัญหาธรรม ๖ ประการนี้มีคุณ คือ เป็นสารณียะ ทำให้เป็นที่ระลึกถึง เป็นปยกรณ ทำให้เป็นที่รัก เป็นครุกรณ ทำให้เป็นที่ระลึกเคารพ เป็นไปเพื่อความสงเคราะห์ความกลมกลืนเข้าหากัน เพื่อความไม่วิวาท เพื่อความสามัคคีและเอกภาพ ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน[๗๐]

พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต) ได้กล่าวไว้ว่า สารณียธรรม ๖ แปลว่า ธรรมเป็นที่ตั้งแห่งความระลึกถึง ธรรมเป็นเหตุที่ระลึกถึงกัน หลักการอยู่ร่วมกัน[๗๑]หรือธรรมเป็นเหตุที่ระลึกถึงกัน ๖ ประการ คือ

๑. เมตตากายกรรม ทำต่อกันด้วยเมตตา คือ แสดงไมตรีและความหวังดีต่อเพื่อนร่วมงานร่วมกิจการ ร่วมชุมชน ด้วยการช่วยเหลือกิจธุระต่างๆ โดยเต็มใจ แสดงกิริยาอาการสุภาพ เคารพนับถือกัน ทั้งต่อหน้าและลับหลัง

---

[๗๐] ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๓๑๗/๒๕๗.

[๗๑] พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต), **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม**. พิมพ์ครั้งที่ ๑๒, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๗), หน้า ๒๗๓.

๒. เมตตาวจีกรรม พูดต่อกันด้วยเมตตา คือ ช่วยบอกแจ้งสิ่งที่เป็นประโยชน์ สั่งสอน แนะนำตักเตือนด้วยความหวังดีกล่าววาจาสุภาพ แสดงความเคารพนับถือกัน ทั้งต่อหน้าและลับหลัง

๓. เมตตามโนกรรม ติดต่อกันด้วยเมตตา คือ ตั้งจิตปรารถนาดีคิดทำสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่กัน มองกันในแง่ดีมีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสต่อกัน

๔. สาธารณโภคี ได้มาแบ่งกันกินกันใช้ คือ แบ่งปันลาภผลที่ได้มาโดยชอบธรรม แม้เป็นของเล็กน้อยก็แจกจ่ายให้ได้มีส่วนร่วมใช้สอยบริโภคทั่วกัน

๕. สีลสามัญญตา ประพฤติให้ดีเหมือนเขา คือ มีความประพฤติสุจริตดีงาม รักษาระเบียบวินัยของส่วนร่วม ไม่ทำตนให้เป็นที่น่ารังเกียจหรือเสื่อมเสียแก่หมู่คณะ

๖. ทิฏฐิสามัญญตา ปรับตัวให้เข้ากันได้ คือ เคารพรับฟังความคิดเห็นกัน มีความเห็นชอบร่วมกัน ตกลงกันได้ในหลักการสำคัญ ยึดถืออุดมคติ หลักแห่งความดีงามหรือจุดหมายสูงสุดอันเดียวกัน[๗๒]

พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร.[๗๓]กล่าวถึงหลักสาราณียธรรม ๖ ในฐานะของหลักพุทธธรรมที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นหลักแห่งการส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อระลึกถึงกัน ทั้งระหว่างบุคคล ครอบครัว และสังคม เป็นหลักแห่งการอยู่ร่วมกัน กล่าวคือ ควรมีความเคารพ ความสามัคคี ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ประกอบด้วยหลัก ๖ ประการ คือ

๑. เมตตากายกรรม คือ การแสดงไมตรีจิตและความหวังดีต่อทุกคน ด้วยการช่วยเหลือในกิจการน้อยใหญ่ ช่วยเหลือกิจธุระต่างๆ ด้วยความเต็มใจ แสดงกิริยาสุภาพ เคารพ นับถือกัน ทั้งต่อหน้าและลับหลัง

๒. เมตตาวจีกรรม คือ บอกกล่าวในเรื่องที่เป็นประโยชน์ สั่งสอน แนะนำ หรือตักเตือนด้วยความหวังดี และด้วยวาจาอันสุภาพ

๓. เมตตามโนกรรม คือ ตั้งจิตปรารถนาดี คิดในสิ่งที่ดีงาม คิดทำสิ่งที่เป็นประโยชน์ให้แก่กัน มองกันแต่ในแง่ดี ไม่คิดร้ายต่อกัน

๔. สาธารณโภคี คือ แบ่งปันสิ่งของอาจจะเป็นสิ่งของวัตถุ หรือการทำประโยชน์ต่อสาธารณะร่วมกัน

๕. สีลสามัญญตา คือ ประพฤติสุจริตดีงาม ไม่ทำตนให้เป็นที่น่ารังเกียจ หรือสร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่น มีความประพฤติเสมอกันด้วยพฤติกรรมที่ดีงาม

๖. ทิฏฐิสามัญญาตา คือ การรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น ยึดหลักของความดีงาม และปรับความคิดเห็นให้เห็นชอบร่วมกัน

สรุปได้ว่า สารณียธรรม ๖ เป็นธรรมเป็นที่ตั้งแห่งความระลึกถึงกัน เป็นหลักการอยู่ร่วมกัน แสดงไมตรีและความหวังดีต่อเพื่อนร่วมงาน ด้วยการช่วยเหลือกิจธุระต่างๆ โดยเต็มใจ

---

[๗๒] พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), **ธรรมนูญชีวิต**, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์การศาสนา สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, ๒๕๔๗), หน้า ๑๕.

[๗๓] พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร., **CSR เชิงพุทธ แปลงทุนให้เป็นบุญ สร้างบุญด้วยปัญญา**, (นนทบุรี: ดีไซน์ ดีไลท์ จำกัด, ๒๕๕๗), หน้า ๖๘.

แสดงกิริยาอาการสุภาพ เคารพนับถือกัน ช่วยบอกแจ้งสิ่งที่เป็นประโยชน์ สั่งสอน แนะนำตักเตือนด้วยความหวังดีกล่าววาจาสุภาพ ตั้งจิตปรารถนาดีคิดทำสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่กัน มองกันในแง่ดีมีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสต่อกัน แบ่งปันลาภผลที่ได้มาโดยชอบธรรม แม้เป็นของเล็กน้อยก็แจกจ่ายให้ได้มีความประพฤติสุจริตดีงาม รักษาระเบียบวินัยของส่วนร่วม ไม่ทำตนให้เป็นที่น่ารังเกียจหรือเสื่อมเสียแก่หมู่คณะ เคารพรับฟังความคิดเห็นกัน มีความเห็นชอบร่วมกัน ตกลงกันได้ในหลักการสำคัญ ยึดถืออุดมคติ ยึดมั่นในหลักแห่งความดีงามหรือจุดหมายสูงสุดอันเดียวกัน

๒.๕.๒ หลักสังคหวัตถุ ๔

สังคหวัตถุ ๔ เป็นหลักคำสอนในพระพุทธศาสนาที่เป็นวิธีปฏิบัติเพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจของคนให้เกิดความรักความสงเคราะห์ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลทุกคน ร่วมสร้างสรรค์ประสานสังคมให้ดีงาม เป็นบ่อเกิดแห่งความสามัคคี ดังที่องค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าตรัสไว้ในสังคหวัตถุสูตร ว่า[๗๔]

"การให้ทาน การพูดจาไพเราะ การประพฤติตนให้เป็นประโยชน์
ในโลกนี้ความเป็นผู้มีตนสม่ำเสมอในธรรมทั้งหลายนั้น ตามควร"[๗๕]

คุณทั้ง ๔ อย่างนี้ เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวใจของผู้อื่นไว้ได้ในส่วนของพระไตรปิฎกได้กล่าวไว้ดังนี้ ธรรมเครื่องยึดเหนี่ยว ๔ ประการ

๑) ทาน การให้

๒) ปิยวาจา เจรจาเป็นที่รัก

๓) อัตถจริยา การประพฤติเป็นประโยชน์

๔) สมานัตตตา การวางตนสม่ำเสมอ

สังคหธรรมเหล่านี้ช่วยอุ้มชูโลก เหมือนลิ่มสลักที่ยึดคุมรถซึ่งแล่นไปได้นั้น ถ้าไม่พึงมีธรรมเหล่านี้ มารดาหรือบิดาก็ไม่พึงได้การนับถือหรือการบูชาเพราะบุตรเป็นเหตุ แต่เพราะบัณฑิตเล็งเห็นความสำคัญของสังคหธรรมเหล่านี้ ฉะนั้นบัณฑิตเหล่านั้นจึงถึงความเป็นใหญ่[๗๖]

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต) ให้ความหมายของสังคหวัตถุ ๔ ไว้ว่าคือ หลักธรรมที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวน้ำใจคน และประสานหมู่ชนไว้ให้มีความสามัคคีกัน ประกอบด้วย

(๑) ทาน ให้ปัน คือ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ แบ่งปัน ช่วยเหลือสงเคราะห์ด้วยปัจจัยสี่ ทุน หรือทรัพย์สิน สิ่งของ ตลอดจนการให้ความรู้ ความเข้าใจ และศิลปวิทยา

(๒) ปิยวาจา พูดอย่างรักกัน คือ กล่าวคำสุภาพ ไพเราะ น่าฟัง ชี้แจง แนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ มีเหตุผล เป็นหลักฐาน ชักจูงในทางที่ดีงาม หรือแสดงความเห็นอกเห็นใจ ให้กำลังใจ รู้จักพูดให้เกิดความเข้าใจดี สมานสามัคคี เกิดไมตรี ทำให้รักใคร่นับถือ และช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

(๓) อัตถจริยา ทำประโยชน์แก่กัน คือ ช่วยเหลือด้วยแรงกาย และขวนขวายช่วยเหลือกิจการต่างๆ บำเพ็ญประโยชน์ รวมทั้งช่วยแก้ไขปัญหา และช่วยปรับปรุงส่งเสริมในด้านจริยธรรม

---

[๗๔] องฺ.จตุกฺก. (ไทย) ๒๑/๓๒/๓๗.

[๗๕] องฺ.จตุกฺก. (ไทย) ๒๑/๓๒/๕๑.

[๗๖] องฺ.จตุกฺก. (ไทย) ๒๑/๓๒/๕๐-๕๑.

(๔) สมานัตตตา เอาตัวเข้าสมาน คือ ทำตัวให้เข้ากับผู้อื่นได้ วางตนเสมอต้นเสมอปลาย ให้ความเสมอภาค ปฏิบัติสม่ำเสมอกันต่อคนทั้งหลาย ไม่เอาเปรียบ และเสมอในสุขทุกข์ คือ ร่วมสุข ร่วมทุกข์ ร่วมรับรู้ ร่วมแก้ไขปัญหา เพื่อให้เกิดประโยชน์สุขร่วมกัน[๗๗]

พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร.[๗๘] ได้อธิบายถึง สังคหวัตถุ ๔ ว่าเป็นหลักแห่งการสร้างความเกื้อกูลต่อกัน เป็นหลักคุณธรรมที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจคนเอาไว้ เป็นหลักการประสานหมู่ชนให้มีความสามัคคี ทำให้คนเป็นที่รักเป็นที่ชอบใจของคนทั่วไป เป็นการปลูกไมตรี ทำให้สังคมเป็นสุข โดยอธิบายสังคหวัตถุทั้ง ๔ ประการไว้ว่า

(๑) ทาน คือ การให้ การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ แบ่งปัน เสียสละช่วยเหลือกัน ด้วยการให้สิ่งของ หรือให้ความรู้ การแนะนำสั่งสอนด้วยน้ำใจไมตรี มีความโอบอ้อมอารี จะช่วยผูกใจคนไว้ได้ การแบ่งปันจะไม่สูญเปล่า ผู้ที่ให้สิ่งที่ดีย่อมได้รับที่ดีตอบแทนในทางพระพุทธศาสนามี ๒ ประการ คือ

๑.๑) อามิสทานการ คือ ให้ด้วยวัตถุสิ่งของ เพื่อช่วยค้ำจุนชีวิต ทำให้บุคคลมีที่พึ่งอาศัย

๑.๒) ธรรมทาน คือ การให้หลักการเพื่อให้บุคคลรู้จักพึ่งตนเอง

(๒) ปิยวาจา คือ ความเป็นผู้มีวาจาน่ารัก สื่อสารกันด้วยความรัก หรือมีวาจาซาบซึ้ง การกล่าววาจาสุภาพไพเราะอ่อนหวานทำให้เกิดไมตรี ตลอดจนถึงการใช้คำที่เป็นประโยชน์ ประกอบด้วยเหตุผล พระพุทธองค์ได้ทรงตรัสเตือนพระภิกษุให้พยายามหลีกเลี่ยงถ้อยคำที่ขัดแย้งกัน อันนำไปสู่การทะเลาะวิวาท จะเห็นได้ว่าการรู้จักพูดปราศรัยการสื่อสารด้วยความปรารถนาดี หรือ การให้วาจาไพเราะนุ่มนวล น่าฟัง เมื่อบุคคลได้ฟังแล้วเกิดกำลังใจที่จะส่งเสริมสนับสนุนให้ทุกคน อยากทำความดียิ่งๆ ขึ้นไป

(๓) อัตถจริยา คือ การทำประโยชน์แก่ผู้อื่น เป็นการช่วยเหลือด้วยแรงกายแรงใจ เช่น การบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคม การช่วยเหลือผู้ประสบภัยต่างๆ การขวนขวายช่วยเหลือกิจกรรมต่าง ๆ เกื้อกูลกันทั้งด้านกำลังความคิด กำลังปัญญา กำลังทรัพย์ รวมทั้งการปลูกจิตสำนักให้คนรู้จักช่วยเหลือกัน นับว่าการสร้างความสามัคคีและประโยชน์ให้เกิดในหมู่คณะ

(๔) สมานัตตตา คือ การประพฤติตนเสมอว่า วางตนเสมอต้นเสมอปลาย ไม่ถือชั้นวรรณะ คบหากันได้อย่างสบายใจ ไม่เย่อหยิ่ง ไม่ทะนงตัว ไม่เอาเปรียบผู้อื่น ร่วมรับรู้ ร่วมแก้ไขปัญหา ก่อให้เกิดความสามัคคีและประโยชน์สุขร่วมกัน หรืออีกนัยหมายถึงความสามัคคี ความมีมนุษย์สัมพันธ์ เป็นการวางงานตนให้เหมาะสมกับฐานะที่ตนมีอยู่ในสังคม และการปฏิบัติตนอย่างสม่ำเสมอต่อคนทั้งหลาย ให้ความเสมอภาคไม่เอารัดเอาเปรียบผู้อื่นเสมอในสุขและทุกข์

คุณธรรมสังคหวัตถุ ๔ ประการข้างต้น กล่าวโดยง่าย คือ การมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ พูดจาไพเราะ บำเพ็ญประโยชน์ และการปฏิบัติตนให้เป็นเพื่อนที่มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน อันจะนำมาสู่ความร่วมมือกันได้หากบุคคลไม่มีหลักสังคหวัตถุทั้ง ๔ หรือขาดข้อใดข้อหนึ่ง ก็อาจจะไม่เป็นที่น่าเคารพ รักใคร่ ยกย่องนับถือ บุคคลจึงต้องคอยศึกษาและเตือนสติตนเองอยู่เสมอว่า ฐานะ และหน้าที่

---

[๗๗] พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), **มองสันติภาพโลก: ผ่านภูมิหลังอารยธรรมโลกาภิวัฒน์**, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท พิมพ์สวย จำกัด, ๒๕๕๐), หน้า ๕๐.

[๗๘] พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. **CSR เชิงพุทธ แปลงทุนให้เป็นบุญ สร้างบุญด้วยปัญญา**, หน้า ๖๔.

อันใดเมื่อทราบ และเข้าใจแล้วต้องปฏิบัติให้สมบูรณ์ ไม่ลืมตัวจนสร้างความเปลี่ยนแปลงและความเดือดร้อนให้ผู้อื่น จึงจะทำให้บุคคลประสานกันเป็นหมู่คณะ และมีความสมานสามัคคี[๗๙]

สรุปได้ว่า เป็นวิธีปฏิบัติเพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจของคนให้เกิดความรักความสงเคราะห์ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เป็นบ่อเกิดแห่งความสามัคคี มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ แบ่งปันช่วยเหลือ ตลอดจนการให้ความรู้ ความเข้าใจ กล่าวคำสุภาพ ไพเราะ แนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ มีเหตุผล แสดงความเห็นอกเห็นใจ ให้กำลังใจ ทำประโยชน์แก่กัน ขวนขวายช่วยเหลือกิจการต่างๆ บำเพ็ญประโยชน์ รวมทั้งช่วยแก้ไขปัญหา และช่วยปรับปรุงส่งเสริมในด้านจริยธรรม ทำตัวให้เข้ากับผู้อื่นได้ ปฏิบัติตนสม่ำเสมอกันต่อคนทั้งหลาย เกิดประโยชน์สุขร่วมกัน

๒.๕.๓ หลักพรหมวิหาร ๔

พรหมวิหาร ๔ หมายถึง ธรรมประจำใจอันประเสริฐ หลักความประพฤติที่ประเสริฐบริสุทธิ์ ธรรมที่ต้องมีไว้เป็นหลักใจและกำกับความประพฤติ จึงจะชื่อว่าดำเนินชีวิตหมดจดและปฏิบัติตนต่อมนุษย์สัตว์ทั้งหลายโดยชอบ ที่ทำให้เป็นพรหมหรือให้เสมอด้วยพรหม หรือธรรมเครื่องอยู่ของท่านผู้มีคุณยิ่งใหญ่ ซึ่งประกอบด้วยธรรม ๔ ประการ คือ

๑) เมตตา หมายถึง ความมีมิตรไมตรี ความมีน้ำใจ ต้องการให้ผู้อื่นมีความสุข เป็นปรารถนาดีต่อผู้อื่น และขยายจิตที่ดีงามออกไปต่อเพื่อนมนุษย์และสรรพสัตว์ทั้งหลาย เมตตาเป็นคุณธรรมพื้นฐานที่บุคคลควรมี โดยเป็นความปรารถนาดีและมีความคิดในทางสร้างสรรค์ เพื่อความเจริญให้แก่ผู้อื่น[๘๐]ในอังคุตตรนิกายได้กล่าวถึงอานิสงส์ของการเจริญเมตตาไว้ ๑๑ ประการ คือ

(๑) หลับเป็นสุข (๒) ตื่นเป็นสุข
(๓) ไม่ฝันลามก (๔) เป็นที่รักของมนุษย์ทั้งหลาย
(๕) เป็นที่รักของอมนุษย์ทั้งหลาย (๖) เทวดาทั้งหลายย่อมรักษา
(๗) ไฟ ยาพิษหรือศัตรากล้ำกรายไม่ได้ (๘) จิตตั้งมั่นโดยรวดเร็ว
(๙) สีหน้าย่อมผ่องใส (๑๐) เป็นผู้ไม่หลงลืมสติตาย
(๑๑) เมื่อยังไม่แทงตลอดคุณวิเศษอันยอดยิ่ง ย่อมเข้าถึงพรหมโลก[๘๑]

๒) กรุณา หมายถึง ความเป็นผู้มีจิตใจอ่อนโยน เมื่อเห็นผู้อื่นตกทุกข์ มีความลำบาก มีความปรารถนาที่จะช่วยให้เขาพ้นทุกข์ เป็นคนมีน้ำใจอยากช่วยเหลือผู้อื่น เมื่อมีโอกาสช่วยเหลือก็จะช่วยเหลือตามกำลังความสามารถโดยปราศจากเงื่อนไขใดๆ

๓) มุทิตา หมายถึง ความชื่นบาน ความยินดีในเมื่อผู้อื่นได้ดี หลักธรรมข้อนี้เป็นลักษณะของผู้มีจิตใจกว้าง ยินดีต่อความดีของผู้อื่น ดังเช่น นักกีฬาที่แข่งขันเมื่อฝ่ายอื่นชนะก็แสดงออกถึงความยินดี ไม่อิจฉาริษยา กลั่นแกล้งผู้อื่น

---

[๗๙] พุทธทาสภิกขุ, **บริหารธุรกิจแบบพุทธ**, (กรุงเทพมหานคร: อตัมมโย, ๒๕๓๐), หน้า ๑๕.

[๘๐] พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. **CSR เชิงพุทธ แปลงทุนให้เป็นบุญ สร้างบุญด้วยปัญญา**, หน้า ๖๑.

[๘๑] องฺ.ทสก. (ไทย) ๒๔/๑๕/๔๒๕-๔๒๖.

๔) อุเบกขา หมายถึง ความวางใจเป็นกลาง มีการพิจารณาใคร่ครวญในเรื่องต่างๆ ด้วยปัญญา มีเหตุมีผลอย่างถูกต้อง เที่ยงธรรม เป็นการมองสรรพสิ่งอย่างเป็นกลางหรือเห็นสิ่งต่างๆ ตามความเป็นจริง[๘๒]

พรหมวิหาร ๔ นี้เป็นปัจจัยเบื้องต้นของบุคคลและสังคมในการที่จะประกอบกิจกรรมต่างๆ ด้วยความปรารถนาดี เป็นหลักธรรมที่ช่วยกำกับความประพฤติของบุคคลในสังคมให้มีความรัก มีความเมตตาปรารถนาดีต่อกัน หากบุคคลประยุกต์ใช้หลักพรหมวิหารย่อมสร้างความรับผิดชอบภายในใจของตนเอง ไปสู่ความรับผิดชอบในระดับสากล พรหมวิหารนี้ บางทีแปลว่า ธรรมเครื่องอยู่ของพรหม, ธรรมเครื่องอยู่อย่างพรหม, ธรรมประจำใจที่ทำให้เป็นพรหมหรือให้เสมอด้วยพรหม หรือธรรมเครื่องอยู่ของท่านผู้มีคุณยิ่งใหญ่

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต) ได้กล่าวถึง พรหมวิหาร ๔ ธรรมเครื่องอยู่อย่างประเสริฐ ธรรมประจำใจอันประเสริฐ หลักความประพฤติที่ประเสริฐบริสุทธิ์ ธรรมที่ต้องมีไว้เป็นหลักใจ และกำกับความประพฤติ จึงจะชื่อว่าดำเนินชีวิตหมดจด และปฏิบัติตนต่อมนุษย์สัตว์ทั้งหลาย โดยชอบ

๑. เมตตา ความรัก ปรารถนาดีอยากให้เขามีความสุข มีจิตอันแผ่ไมตรี และคิดทำประโยชน์แก่มนุษย์สัตว์ทั่วหน้า

๒. กรุณา ความสงสาร คิดช่วยให้พ้นทุกข์ ใฝ่ใจในอันจะปลดเปลื้องบำบัดความทุกข์ยากเดือดร้อนของปวงสัตว์

๓. มุทิตา ความยินดี ในเมื่อผู้อื่นอยู่ดีมีสุข มีจิตผ่องใสบันเทิง ด้วยอาการแช่มชื่นเบิกบานอยู่เสมอ ต่อสัตว์ทั้งหลายผู้ดำรงในปกติสุข พลอยยินดีด้วยเมื่อเขาได้ดีมีสุข เจริญงอกงามยิ่งขึ้นไป

๔. อุเบกขา ความวางใจเป็นกลาง อันจะให้ดำรงอยู่ในธรรมตามที่พิจารณาเห็นด้วยปัญญา คือมีจิตเรียบตรงเที่ยงธรรมดุจตราชู ไม่เอนเอียงด้วยรักและชัง พิจารณาเห็นกรรมที่สัตว์ทั้งหลายกระทำแล้ว อันควรได้รับผลดีหรือชั่ว สมควรแก่เหตุอันตนประกอบ พร้อมที่จะวินิจฉัย และปฏิบัติไปตามธรรม รวมทั้งรู้จักวางเฉยสงบใจมองดู ในเมื่อไม่มีกิจที่ควรทำ เพราะเขารับผิดชอบตนได้ดีแล้ว เขาสมควรรับผิดชอบตนเอง หรือเขาควรได้รับผลอันสมกับความรับผิดชอบของตน[๘๓]

โดยสรุป ผู้ดำรงในพรหมวิหารอันเป็นธรรมเครื่องอยู่ของท่านผู้มีคุณยิ่งใหญ่ จึงมีความสำคัญในฐานะการสร้างให้ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญของการประกอบอาชีพอย่างซื่อสัตย์ โดย เฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว สามารถช่วยยกระดับการประกอบการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้พัฒนาได้อย่างภาคภูมิใจมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสอดแทรกของบุคลากรในสาขาวิชาการท่องเที่ยว สามารถพัฒนางานบริการได้อย่างเหมาะสม จิตวิทยาบริการเชิงพุทธกับการประกอบการท่องเที่ยว ซึ่งมีวัตถุประสงค์สำคัญที่พยายามมุ่งเน้นให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสามารถยกระดับการบริการที่ดียิ่งขึ้นไป

---

[๘๒] พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. **CSR เชิงพุทธ แปลงทุนให้เป็นบุญ สร้างบุญด้วยปัญญา**, หน้า ๖๑.

[๘๓] พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม**, พิมพ์ครั้งที่ ๒๗, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๗), หน้า ๑๒๔.

แผนภาพสรุปแนวคิด และทฤษฎี

แสดงแผนภาพที่ ๒.๑ สรุปแนวคิดและทฤษฎี

โดยสรุป ผู้วิจัยมองว่า พระพุทธศาสนากับทฤษฎีทางตะวันตกมีความคล้ายกันตรงที่ว่าการบริการเป็นการบริการด้วยใจทั้งต่อหน้าและลับหลัง ด้วยความเต็มใจ แสดงกิริยาอาการสุภาพ รวมทั้งช่วยบอกแจ้งสิ่งที่เป็นประโยชน์ สั่งสอน แนะนำ ตักเตือนด้วยความหวังดี ตั้งจิตปรารถนาดีคิดทำสิ่งที่เป็นประโยชน์ แก่กัน มองกันในแง่ดี มีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสต่อกัน เมื่อได้สิ่งใดมาโดยชอบธรรม แม้เป็นของเล็กน้อย แบ่งปันเฉลี่ยเจือจาน ให้ได้มีส่วนร่วม ใช้สอยบริโภคทั่วกัน มีความประพฤติสุจริตดีงามถูกต้อง ไม่ทำตนให้เป็นผู้น่ารังเกียจ มีความเห็นชอบร่วมกัน ในข้อที่เป็นหลักการสำคัญที่จะนำไปสู่ความหลุดพ้น สิ้นทุกข์ หรือขจัดปัญหา หลักคำสอนในพระพุทธศาสนาที่เป็นวิธีปฏิบัติเพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจของคนให้เกิดความรักความสงเคราะห์ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลทุกคน ร่วมสร้างสรรค์ ประสานสังคมให้ดีงาม เป็นบ่อเกิดแห่งความสามัคคี อันเป็นหลักธรรมที่ต้องมีไว้เป็นหลักใจและกำกับความประพฤติ และปฏิบัติตนต่อมนุษย์ทั้งหลายโดยชอบ

๒.๖ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๖.๑ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจิตวิทยาบริการ

วัชรี หิรัญพันธุ์และคณะ ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องโครงการแนวทางการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปการส่งเสริมการตลาดและจิตวิทยาบริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปะวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๔๙ วัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้ ๑) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ๒) เพื่อศึกษารูปแบบและแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ๓) เพื่อศึกษารูปแบบและแนวทางการนำจิตวิทยาการนำเสนอไปใช้กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในพื้นที่กลุ่มอันดามัน ผลการวิจัยสรุปได้ว่า รูปแบบและแนวทางนำจิตวิทยาบริการไปใช้โดยพัฒนาลักษณะทางกายภาพที่นักท่องเที่ยวสัมผัสได้ เน้นความสะอาด การเข้าถึงง่าย ใช้เสน่ห์ของคนไทยในการให้บริการยิ้มแย้มแจ่มใส ต้อนรับอย่างอบอุ่น สามารถนำมาผนวกกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม เพื่อเพิ่มคุณค่าได้ และควรรักษามาตรฐานการบริการที่ดี โดยเน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ พัฒนาศักยภาพของบุคลากรอยู่เสมอ ศึกษาวัฒนธรรมและความต้องการ ที่สำคัญคือผลสะท้อนกลับจากนักท่องเที่ยว และนำมาพัฒนาปรับปรุงให้ดีขึ้นต่อไป[๘๔]

เมทินี วงศ์ธราวัฒน์ ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการสร้างคุณภาพบริการของพนักงานของพนักงานบริการส่วนหน้าโรงแรมระดับ ๕ ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อปีพ.ศ. ๒๕๕๔ จากกลุ่มตัวอย่าง คือผู้ใช้บริการชาวต่างชาติ วัตถุประสงค์ ๑)ศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ ๒)ศึกษาความคิดเห็นของหัวหน้างานแผนกบริการส่วนหน้าต่อการบริการที่มีคุณภาพ ๓)เสนอแนวทางการเสริมสร้างคุณภาพบริการของพนักงานบริการ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า เชิงปริมาณแสดงถึงระดับความพึงพอใจในคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการชาวต่างชาติในการให้บริการด้านการสำรองห้องพักโดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า ความพึงพอใจในคุณภาพบริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด และความพึงพอใจในคุณภาพบริการด้านการดูแลเอาใจใส่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ส่วนระดับความพึงพอใจในคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการชาวต่างชาติในการให้บริการด้านการเข้าพักโดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า ความพึงพอใจในคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด และความพึงพอใจในคุณภาพบริการด้านการดูแลเอาใจใส่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เมื่อจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการชาวต่างชาติ พบว่าผู้ใช้บริการชาวต่างชาติที่มีเพศ อายุ และประเภทของผู้ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในคุณภาพบริการต่อการให้บริการด้านการเข้าพักโดยรวมแตกต่างกัน ผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบข้อคิดเห็นของหัวหน้างานแผนกบริการส่วนหน้าต่อการบริการที่มีคุณภาพของพนักงานบริการส่วนหน้า

---

[๘๔] วัชรี หิรัญพันธุ์และคณะ,“โครงการแนวทางการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปการส่งเสริมการตลาด และจิตวิทยาบริการ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ”, **รายงานวิจัย**, (มหาวิทยาลัยมหาราชภัฏภูเก็ต, ๒๕๔๙), หน้า ก.

ในการให้บริการด้านการสำรองห้องพักและการเข้าพักโดยวิเคราะห์ข้อมูลตามปัจจัยที่ใช้วัดคุณภาพบริการทั้ง ๕ ด้านของเครื่องมือประเมินคุณภาพบริการ (SERVQUAL) [๘๕]

ผาสุข สมอาจ ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการการท่องเที่ยวของสวนกล้วยไม้สายน้ำผึ้ง จังหวัดเชียงใหม่ เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๕๓ วัตถุประสงค์วิจัย ๑)เพื่อบรรยายถึงลักษณะส่วนบุคคลและสังคมของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการการท่องเที่ยวของสวนกล้วยไม้สายน้ำผึ้ง จังหวัดเชียงใหม่ ๒)เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการท่องเที่ยว ๓)เพื่อทราบถึงปัญหาและข้อเสนอแนะ ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการการท่องเที่ยวของสวนกล้วยไม้สายน้ำผึ้ง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวของสวนกล้วยไม้สายน้ำผึ้งจังหวัดเชียงใหม่โดยการสุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยสรุปได้ว่า สำหรับความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ มีการสนับสนุนหรือจัดให้มีการบริการด้านสารสนเทศ การสนับสนุนหรือจัดให้มีบริการสินค้าและของที่ระลึก การสนับสนุนหรือจัดให้มีบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ การสนับสนุนหรือจัดให้มีบริการภัตตาคารและร้านอาหาร และการสนับสนุนหรือจัดให้มีบริการด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมากทั้งหมด ส่วนปัญหาและอุปสรรคพบว่า มีค่าตอบแทนสำหรับบริษัททัวร์น้อย สถานที่ตั้งไม่ได้อยู่ในเส้นทางทัวร์ อีกทั้งฟาร์มกล้วยไม้อื่นๆ ในบริเวณใกล้เคียงมีให้เลือกหลายแห่ง ขาดการประชาสัมพันธ์ ทำให้ไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เมื่อเปรียบเทียบค่าบัตรเข้าชมกับฟาร์มกล้วยไม้อื่นๆ ในบริเวณใกล้เคียงถือว่ามีอัตราที่สูงกว่า[๘๖]

ดรุณี คงสุวรรณ์ ได้ศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของฝ่ายหนังสือสำคัญ สำนักบริการทางวิชาการและทดสอบประเมินผล เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๔๒ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการให้บริการของงานทะเบียนและวัดผล ได้ศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของฝ่ายหนังสือสำคัญ สำนักบริการทางวิชาการและทดสอบประเมินผล ผลการวิจัยสรุปว่า ๑.ด้านความสะดวกรวดเร็วและถูกต้อง ด้านความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและด้านอาคาร สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ระดับความคิดเห็นของนัก ศึกษาที่มีต่อการให้บริการของฝ่ายหนังสือสำคัญ สำนักบริการทางวิชาการและทดสอบประเมินผล มหาวิทยาลัยรามคำแหง อยู่ในระดับปานกลาง ๒.ด้านข่าวสาร ข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ ระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของฝ่ายหนังสือสำคัญ สำนักบริการทางวิชาการและทดสอบ

---

[๘๕] เมทินี วงศ์ธราวัฒน์,“แนวทางการสร้างคุณภาพบริการของพนักงานของพนักงานบริการส่วนหน้าโรงแรมระดับ ๕ ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร”,**วิทยานิพนธ์**, (สาขาการจัดการบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, ๒๕๕๔), หน้า ก.

[๘๖] ผาสุข สมอาจ,“ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการการท่องเที่ยวของสวนกล้วยไม้สายน้ำผึ้ง จังหวัดเชียงใหม่”,**บทความวิจัย**, (มหาวิทยาลัยมหาราชภัฎเชียงใหม่, ๒๕๕๓), หน้า ก.

ประเมินผล มหาวิทยาลัยรามคำแหง อยู่ในระดับสูง โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้ศึกษาความคิดเห็นของบุคลากรโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่มีต่อสำนักงานธุรการโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่[๘๗]

เบญจวรรณ นพบรรจบสุข ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการให้บริการโดยสารของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย เส้นทางสายเหนือ กรณีศึกษารถด่วนพิเศษนครพิงค์ มีวัตถุประสงค์วิจัย เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้โดยสารต่อการบริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยเส้นทางสายเหนือ และปัญหาการใช้บริการของผู้โดยสารของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยสายเหนือ เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๔๓ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า บริการด้านตัวสถานีอยู่ในระดับพอใจปานกลาง ได้แก่ การให้บริการของพนักงานที่สถานี ความสะอาดบริเวณสถานี ความทันสมัยของสถานี และระดับควรปรับปรุง ได้แก่ ความสะอาดของห้องสุขาในบริเวณสถานี[๘๘]

พันตรีธีรชาติ เพียรการ ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการธุรกิจโรงแรม เขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๔๙ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า เหตุผลเกี่ยวกับชื่อเสียงของที่พักอาศัยมีความพึงพอใจของธุรกิจโรงแรมด้านความสะดวกของสถานที่ โดยส่วนรวมอยู่ในระดับมาก สามารถชำระค่าห้องพัก โดยใช้บัตรเครดิตได้ ด้านสภาพห้องพัก โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก มีบรรยากาศที่ดี ด้านการต้อนรับของพนักงานและบริการ โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก การบริการด้วยอัธยาศัยไมตรี ด้านระบบความปลอดภัยโดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด มีทางหนีไฟ ด้านรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ด้านระบบความปลอดภัย รองลงมา ด้านสภาพห้องพัก ด้านการต้อนรับของพนักงานหรือบริการ ด้านอัตราค่าที่พัก และด้าน ความสะดวกของสถานที่ และผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจโรงแรมระหว่างเพศชาย และเพศหญิง พบว่า มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจโรงแรมไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจโรงแรมตามตัวแปร สถานภาพของอาชีพโดยภาพรวม พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจโรงแรม ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ[๘๙]

ตรีเพ็ชร์ อ่ำเมือง ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องกระบวนการให้บริการของทีมเลขานุการผู้บริหาร เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๕๕ วัตถุประสงค์วิจัย ๑) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการเกี่ยวกับการปฏิบัติงานเลขานุการผู้บริหารสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหิดล ๒) เพื่อศึกษา

---

[๘๗] ดรุณี คงสุวรรณ์, “ความคิดเห็นของนักศึกษาที่ที่ต่อการให้บริการของฝ่ายหนังสือสำคัญสำนักบริการทางวิชาการและทดสอบประเมินผล”,**วิทยานิพนธ์ปริญญาโท**, (บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๔๒), หน้า ก.

[๘๘] เบญจวรรณ นพบรรจบสุข,“ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการให้บริการโดยสารของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย เส้นทางสายเหนือ กรณีศึกษารถด่วนพิเศษนครพิงค์”,**วิทยานิพนธ์บริการธุรกิจ**, (บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๓), หน้า ข-ค.

[๘๙] พันตรีธีรชาติ เพียรการ,“ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา”,**วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ,** (บัณฑิตวิทยาลัย บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, ๒๕๔๙), หน้า ก.

ระดับข้อมูลพื้นฐานในด้านการบริการ ด้านการประสานงาน การบริการด้วยใจ (Service Mind) ความมีมนุษย์สัมพันธ์ บุคลิกภาพและภาพ ลักษณ์ และประสิทธิภาพโดยรวมหน่วยงานเลขานุการผู้บริหารสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัย มหิดล ๓) เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาเปรียบเทียบพร้อมปรับปรุงเพื่อใช้ในการปฏิบัติงานเลขานุการผู้บริหารต่อไปในอนาคต ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้โดยหน่วยงานที่ใช้บริการมากที่สุดคือกองกายภาพและสิ่งแวดล้อม ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ ความพึงพอใจในการให้บริการงานเลขานุการผู้บริหาร สำนักงานอธิการบดีจากความสัมพันธ์พบว่า งานด้านการบริการ ด้านการประสานงาน การบริการด้วยใจ (Service Mind)ความมีมนุษย์สัมพันธ์ บุคลิกภาพและภาพลักษณ์ และประสิทธิภาพโดยรวม หน่วยเลขานุการผู้บริหารโดยความพึงพอใจในการให้บริการงานเลขานุการผู้บริหารมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด นำค่าจากผลการวิจัยมาเปรียบเทียบทั้งก่อนการอบรมสัมมนาฯ และหลังอบรมสัมมนาฯ ซึ่งจะเห็นว่าก่อนการอบรมสัมมนาฯ ความพึงพอใจในการให้บริการงานเลขานุการผู้บริหารมีระดับความพึงพอใจมาก และหลังการอบรม
สัมมนาฯ ความพึงพอใจในการให้บริการงานเลขานุการผู้บริหารมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้นสามารถสรุปผลได้ว่าหลังการอบรมสัมมนาโครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ “Smart Secretary Work: เลขานุการยุคใหม่กับบทบาทผู้ช่วยผู้บริหาร” การให้บริการของทีมเลขานุการผู้บริหารมีประสิทธิภาพดีขึ้น และหน่วยเลขานุการผู้บริหารงานเลขานุการกิจ และสภาคณาจารย์ กองบริหารงานทั่วไป จักได้มีตัวชี้วัดในการปฏิบัติงาน และสามารถใช้เป็นเกณฑ์เพื่อใช้เปรียบเทียบในการเพิ่มประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานต่อไป[๙๐]

อุทุมพร สุราฤทธิ์ ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยด้านจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านการบริการของพนักงานให้บริการทางโทรศัพท์ เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๔๗ วัตถุประสงค์วิจัย ๑) เพื่อค้นหาตัวทำนายที่สำคัญในการทำนายพฤติกรรมการทำงานด้านบริการของพนักงานให้บริการทางโทรศัพท์ ๒) เพื่อศึกษาว่าพนักงานให้บริการทางโทรศัพท์ที่มีลักษณะทางจิตได้แก่ความสุขความผู้กันต่อองค์กร เจตคติต่อการทำงานด้านบริการเป็นต้น ผลการวิจัยสรุปได้ว่า เจตคติต่อการทำงานด้านบริการ การรับรู้บรรยากาศองค์การ ความผูกพันต่อองค์การ และความสุขใจ สามารถร่วมทำนายพฤติกรรมการทำงานด้านบริการได้ร้อยละ ๕๖.๙ โดยมีตัวแปรทำนายที่มีอิทธิพลตัวแรก คือ เจตคติต่อการทำงานด้านบริการ ซึ่งสอดคล้องกับ ณัฐยา ลือชากิตติกุล ซึ่งศึกษาลักษณะทางจิตสังคมและลักษณะทางพุทธที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านบริการของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า พนักงานธนาคารที่มีเจตคติต่อการทำ งานด้านบริการสูง หรือมีความขัดแย้งในบทบาทต่ำเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานด้านบริการสูงกว่าพนักงานธนาคารในกลุ่มตรงข้าม

---

[๙๐] ตรีเพ็ชร์ อ่ำเมือง,“เรื่องกระบวนการให้บริการของทีมเลขานุการผู้บริหาร”,**วิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนางานประจำสู่งานวิจัย**, (เจ้าหน้าที่บริการงานทั่วไป กองบริหารงานทั่วไป, ๒๕๕๕), หน้า ๑-๒.

และพบว่า เจตคติต่อการทำงานด้านบริการ และลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน เป็นตัวแปรที่สำคัญเข้าทำนายพฤติกรรมการทำงานด้านบริการ[๙๑]

สุกัญญา นิพัทธสัจก์ ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการบริการของภัตตาคารการบินไทย จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญกับผู้ใช้บริการชาวไทยที่มาใช้บริการภัตตาคารการบินไทย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน ๒๐๐ คน เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๔๕ วัตถุประสงค์วิจัยเพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการบริการของภัตตาคารการบินไทย จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า กลุ่มปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ พบว่า ความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ภัตตาคารมีชื่อเสียงและมีภาพพจน์น่าเชื่อถือในคุณภาพและบริการ รายการอาหารแสดงราคาไว้ชัดเจน และทำเลที่ตั้งเหมาะสมต่อการเข้ามาใช้บริการ กลุ่มปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการ พบว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานให้การต้อนรับอย่างสุภาพและอบอุ่น คิดเงินด้วยความรอบคอบและถูกต้อง ดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี การบริการไม่มีความยุ่งยาก ซับซ้อน ปฏิบัติงานด้วยความไม่ประมาทเลินล่อ และกลุ่มปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการ พบว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ภัตตาคารให้บริการตรงตามความคาดหวัง มีความสะอาดและเป็นระเบียบ รสชาติอาหารมีความสม่ำเสมอ ภัตตาคารสามารถปฏิบัติต่อคำร้องของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม และการบริการคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป[๙๒]

อรุณี ปัญญามูลวงษา ได้ศึกษาเรื่องความต้องการของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักตากอากาศในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๔๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยในการใช้บริการที่พักตากอากาศในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวเอเชีย ยุโรป และชาวอเมริกา ผลการวิจัยสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการพนักงานที่มีความสุภาพ มีความเป็นกันเองมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ สามารถไว้วางใจได้ เข้าใจลูกค้า มีความรับผิดชอบต่อลูกค้า บริการลูกค้าได้ทันใจ และมีความรู้ ความเข้าใจในการใช้ภาษา ตามลำดับ และด้านระบบรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่[๙๓]

นฤดี ดำรงรัตน์ ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้รับการสงเคราะห์ต่อการให้บริการสวัสดิการสังคมของสถานสงเคราะห์คนไร้ที่พึ่งกุ่มสะแก จังหวัดเพชรบุรี เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๕๕ วัตถุประสงค์ของการวิจัย ๑) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับการสงเคราะห์ต่อการให้บริการสวัสดิการสังคมของสถานสงเคราะห์คนไร้ที่พึ่งกุ่มสะแก จังหวัดเพชรบุรี ๒) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความ

---

[๙๑] อุทุมพร สุราฤทธิ์, “ศึกษาปัจจัยด้านจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านการบริการของพนักงานให้บริการทางโทรศัพท์”,**วิทยานิพนธ์พฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์**, (บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๔๗), หน้า ก.

[๙๒] สุกัญญา นิพัทธสัจก์,“ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการบริการของภัตตาคารการบินไทย จังหวัดเชียงใหม่”,**วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๕), หน้า ง-จ.

[๙๓] อรุณี ปัญญามูลวงษา,“ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการรับบริการที่พักตากอากาศ ในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน”,**การค้นคว้าแบบอิสระ ศศ.ม.**, (การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว), (เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๒), หน้า ข-ค.

สัมพันธ์กับพึงพอใจของผู้รับการสงเคราะห์ต่อการให้บริการสวัสดิการสังคม ๓)เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นแนวทางในการพัฒนาบริการสวัสดิการสังคม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือผู้รับการสงเคราะห์ทั้งชายและหญิงที่อยู่ในความอุปการะของสถานสงเคราะห์คนไร้ที่พึ่งกุ่มสะแก จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ๑)ผู้รับการสงเคราะห์ทั้งชายและหญิงที่อยู่ในความอุปการะของสถานสงเคราะห์คนไร้ที่พึ่งกุ่มสะแก จังหวัดเพชรบุรี เป็นเพศชายและเพศหญิงในสัดส่วนที่เท่ากันร้อยละ ๕๐ สาเหตุที่เข้ามารับการสงเคราะห์เนื่องจากขาดผู้อุปการะ ๒)ความพึงพอใจผู้รับการสงเคราะห์ทั้งชายและหญิงที่อยู่ในความอุปการะของสถานสงเคราะห์พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน[๙๔]

ศรัญญา หงษ์แพง ได้ศึกษาแนวทางการบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา:อุทยานแห่งชาติภูเรือ อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๕๓ วัตถุประสงค์ของการวิจัย ๑)เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ๒)ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ๓)แนวทางการพัฒนา การบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติภูเรือ อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย กลุ่มจากการ ศึกษาตัวอย่าง ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ๑)การให้บริการทุกด้านมีปัญหาที่ให้การบริการไม่ทั่วถึงในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ๒)ค่าคะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการการท่องเที่ยวโดยรวมเท่ากับ ๓.๗๒ และ ๓)ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านข้อมูลพื้นฐานมีความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕ ยกเว้น เพศและลักษณะการเดินทางไม่มีความสัมพันธ์กัน[๙๕]

สรุปจากงานวิจัยที่เกี่ยวกับจิตวิทยาบริการเน้นการเข้าถึงง่าย ใช้เสน่ห์ของคนไทยในการให้บริการ ที่ยิ้มแย้มแจ่มใส ต้อนรับอย่างอบอุ่น ทำให้ผู้รับบริการมีความสุขใจ ประทับใจ ผนวกกับศิลปวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มคุณค่า มีมาตรฐานการบริการที่ดี เน้นคุณภาพ และพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอยู่เสมอ พัฒนาปรับปรุงให้ดีขึ้นต่อไป ซึ่งตรงกับหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาหรือพุทธจิตวิทยาในหลักของสาราณียธรรม ๖ สังคหวัตถุ ๔ และหลักพรหมวิหาร ๔ ตรงกับที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากเรื่องการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว” เพื่อศึกษาหลักจิตวิทยาบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว นับว่าเป็นตัวแปรที่สำคัญในด้านพฤติกรรมการทำงานด้านบริการที่มีคุณภาพในการให้บริการ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจในการให้บริการให้มากที่สุด

๒.๖.๒ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ฐานุตรา จันทรเกตุ ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพของการให้บริการรถยนต์โดยสารประจำทางของบริษัทขนส่ง จำกัด ณ สถานีขนส่งผู้โดยสาร จังหวัดสระบุรี

---

[๙๔]นฤดี ดำรงรัตน์,“ความพึงพอใจของผู้รับการสงเคราะห์ต่อการให้บริการสวัสดิการสังคมของสถานสงเคราะห์คนไร้ที่พึ่งกุ่มสะแก จังหวัดเพชรบุรี”,**วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต**, (พัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๕๕), หน้า ๓-๔.

[๙๕] ศรัญญา หงษ์แพง, “แนวทางการบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา: อุทยานแห่งชาติภูเรือ อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย”, **วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, ๒๕๕๓), หน้า ข.

เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๕๔ วัตถุประสงค์การวิจัย ๑) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์โดยสารประจำทางของบริษัทขนส่งจำกัด ๒) ศึกษาระดับคุณภาพของการให้บริการรถยนต์โดยสารประจำทางของบริษัทขนส่งจำกัด ๓)ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถประจำทางของบริษัทขนส่งจำกัด ๔) ศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการในการเพิ่มคุณภาพของการให้บริการรถยนต์โดยสารประจำทางของบริษัทขนส่งจำกัด กลุ่มตัวอย่างคือบุคคลที่ใช้บริการรถยนต์โดยสารประจำทาง ณ สถานีขนส่งโดยสารจังหวัดสระบุรี ผลการวิจัยสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการรถยนต์โดยสารประจำทางด้านความสามารถที่สัมผัสได้ ความน่าเชื่อถือได้ การสนองตอบต่อความต้องการของผู้รับบริการ ความมั่นใจได้ และความเข้าถึงจิตใจผู้อื่นอยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจในการให้บริการด้านกระบวนการให้บริการ บุคลากร และการอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความแตกต่างกันตามปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ โดยคุณภาพการให้บริการทุกด้าน ได้แก่ ด้านความสามารถที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจผู้อื่น มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์ทั้งในด้านบุคลากร และด้านการอำนวยความสะดวก และด้านกระบวนการ[๙๖]

จันทนา จันทรโชติ ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๕๑ วัตถุประสงค์การวิจัย ๑)เพื่อศึกษาสภาพเศรษฐกิจ สังคม และการใช้บริการของผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ๒)เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินงานการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ๓) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ๔) เพื่อเสนอแนะยุทธศาสตร์การให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลาที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และนักท่องเที่ยวทั่วไปที่ใช้บริการการท่องเที่ยว ผลการวิจัยสรุปได้ว่า การใช้บริการท่องเที่ยวกับเพื่อนฝูง ได้รับข่าวสารโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากเพื่อนมากที่สุด ภาพรวมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจสามารถ ๑) ความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ โรงแรม/ที่พัก การต้อนรับของพนักงาน รถ/พาหนะที่บริการ มัคคุเทศก์ และโปรแกรมสถานที่ที่นำเสนอ ๒) ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความปลอดภัย ระบบประกันอุบัติเหตุ การติดต่อสื่อสาร สาธารณูปโภค ระเบียบขั้นตอนในการเดินทาง คุณภาพการให้บริการในการจัดการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายและราคา การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริม และให้ความรู้ระหว่างการท่องเที่ยว ๓) ความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ ของที่ระลึก/รางวัลพิเศษ การให้รายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยว ปัญหาที่สำคัญที่สุดที่ผู้รับบริการท่องเที่ยวประสบ ได้แก่ เวลาในการให้ผู้รับบริการเที่ยวชมมีจำกัดไม่พอเพียงทำให้ไม่ค่อยได้รับความรู้จากแหล่งท่องเที่ยวอย่างเต็มที่

---

[๙๖] ฐานุตรา จันทรเกตุ,“ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพของการให้บริการรถยนต์โดยสารประจำทางของบริษัทขนส่ง จำกัด ณ สถานีขนส่งผู้โดยสาร จังหวัดสระบุรี” **วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ๒๕๕๔), หน้า ก.

รองลงมาเป็นการจัดนำเที่ยวที่ไม่เป็นไปตามโปรแกรมที่นำเสนอ ราคาแพงเมื่อเทียบกับการบริการที่นำเสนอ ความเป็นกันเองระหว่างไกด์กับนักท่องเที่ยวมีน้อย อาหารไม่ถูกปาก ในขณะที่ปัญหาที่พบน้อยที่สุดคือ ผู้นำเที่ยวไม่ค่อยแก้ปัญหาในระหว่างการนำเที่ยว ข้อเสนอแนะคือ ผู้ประกอบการควรจัดโปรแกรมให้เหมาะสมกับเวลาเที่ยวชมในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว ให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ที่เที่ยวชม มีการแก้ปัญหาให้กับผู้ท่องเที่ยวในขณะนำเที่ยว ปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว น้อยที่สุดคือ ปรับปรุงระบบความปลอดภัยในระหว่างการท่องเที่ยว[๙๗]

ภัคพร สุทนต์ ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจในธุรกิจโฮมสเตย์: กรณีศึกษา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๕๔ วัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์และลักษณะด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อความพึงพอใจในธุรกิจโฮมสเตย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยว รูปแบบธุรกิจโฮมสเตย์ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และระดับการศึกษามีผลต่อความพึงพอใจในธุรกิจโฮมสเตย์ในภาพรวมแตกต่างกัน ส่วนรูปแบบการท่องการท่องเที่ยวช่วงเวลาการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มีผลต่อความพึงพอใจในธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านความปลอดภัย ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านวัฒนธรรม และด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน[๙๘]

วรรณวิมล จงจรวยสกุล ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการบริการของงานทะเบียนและวัดผล เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๕๑ วัตถุประสงค์การวิจัย ๑) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาในการให้บริการของงานทะเบียนและวัดผล ๒) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักศึกษาในการให้บริการของงานทะเบียนและวัดผล จำแนกตามเพศและคณะ โดยทำการศึกษาด้วยวิธีการสำรวจความพึงพอใจในการบริการ จากกลุ่มตัวอย่างที่ลงทะเบียนในภาคเรียนที่ ๒ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของนักศึกษาในการบริการของงานทะเบียนและวัดผลทุกคณะ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ในเกณฑ์ที่รับได้ทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การต้อนรับด้วยอัธยาศัยที่ดี สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส คณะบริหารธุรกิจ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ การต้อนรับด้วยอัธยาศัยที่ดี สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้บริการมีความรู้ ความเข้าใจ ให้คำปรึกษาและข้อแนะนำ คณะบัญชี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ บริการด้วยความเต็มใจ ยินดีกระตือรือร้น สร้างความประทับใจและความเข้าใจที่ดีแก่ผู้มาติดต่อ คณะนิติศาสตร์มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีความรู้ ความเข้าใจ ให้คำปรึกษาและข้อแนะนำบริการเป็น ไปตามกำหนดเวลาที่ประกาศ รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ ทันเหตุการณ์ ตรงตามเวลา ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวม นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานทะเบียนและวัดผลแตกต่างกัน นักศึกษาชายพึงพอใจมากกว่านักศึกษาหญิงเรื่องการต้อนรับด้วยอัธยาศัยที่ดี สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส การบริการมีความถูกต้อง แม่นยำ ทันเหตุการณ์ ให้บริการตรงตามเวลานัด

---

[๙๗] จันทนา จันทรโชติ,“ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา”,**วิทยานิพนธ์ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, ๒๕๔๑), หน้า ก.

[๙๘]ภัคพร สุทนต์,“พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจในธุรกิจโฮมสเตย์: กรณีศึกษาอำเภออัมพวา จังหวัดสทุรสงคราม” (บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทรโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ๒๕๕๔), หน้า ค.

หมาย ส่วนนักศึกษาหญิงพอใจมากกว่านักศึกษาชายในเรื่องผู้ให้บริการมีความรู้ ความเข้าใจ ให้คำปรึกษาและข้อแนะนำ ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนนักศึกษาแต่ละคณะมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่าง คณะนิติศาสตร์มีความพึงพอใจแตกต่างจากคณะบริหารธุรกิจมีนัยสำคัญ ๐.๐๕ [๙๙]

จิรภา ศักดิ์กิตติมาลัย และมณี สมรัก ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๔๙ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ความคาดหวังของนักท่อง เที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังมากเกี่ยวกับสินค้า ของที่ระลึก โรงแรม ที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยว ภัตตาคาร ร้านอาหาร ในด้านบริษัทนำเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก มีความคาดหวังระดับปานกลาง ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตั้งความหวังในทุกเรื่องในระดับปานกลาง สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความแตกต่างกันในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย คือ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายแตกต่างกัน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายแตกต่างกัน ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายไม่แตกต่างกัน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายไม่แตกต่างกัน[๑๐๐]

พระมหาสุทิตย์ อาภากโร (อบอุ่น),ดร,และคณะ ได้ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดในกรุงเทพมหานคร เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๕๒ วัตถุประสงค์ ๑)เพื่อศึกษาขีดความสามารถในการรองรับทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดในกรุงเทพมหานคร ๒) เพื่อศึกษาลักษณะกิจกรรมและคุณค่าของสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดในกรุงเทพมหานคร ๓) เพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดในกรุงเทพมหานครที่มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวหรือวัดที่เป็นกรณีศึกษาในกรุงเทพมหานคร จำนวน ๙ วัด ผลการวิจัยสรุปได้ว่า วัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทั้ง ๙ วัด ในกรุงเทพมหานคร มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าเยี่ยมชมจำนวนมาก โดยวัดมีขีดความสามารถในการรองรับทางการท่องเที่ยวทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคมและวัฒนธรรม เช่น ปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก การกำหนดมาตรการในการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกายภาพ นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ด้านพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมไทย และมีการส่งเสริมความหลายหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว ผลการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะกิจกรรมและคุณค่าของสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดในกรุงเทพมหานคร พบว่า วัดทั้ง ๙ วัด ได้ให้ความสำคัญกับลักษณะกิจกรรมและคุณค่าของสิ่งแวดล้อมในเชิงรูปธรรมและคุณค่าของศิลปกรรมที่มีอยู่ภายในวัด โดยวัด และพระสงฆ์เห็นว่า

---

[๙๙] วรรณวิมล จงจรวยสกุล,“ความพึงพอใจในการบริการของงานทะเบียนและวัดผล”,**รายงานการวิจัยทุนอุดหนุนการวิจัยจากวิทยาลัยราชพฤกษ์**, (บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยราชพฤกษ์, ๒๕๕๑), หน้า ข.

[๑๐๐] จิรภา ศักดิ์กิตติมาลัย และมณี สมรัก,“ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย”,**รายงานการวิจัย**, (เชียงราย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, ๒๕๔๙), หน้า. ง-จ

การดำเนินการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของวัดนั้น จะต้องมีขั้นตอนในการดำเนินการที่เหมาะสม มิใช่การจัดการตามความต้องการของวัด ของชุมชน หรือของกลุ่มคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง[๑๐๑]

พระมหาสุทิตย์ อาภากโร (อบอุ่น),ดร, และคณะ ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนารูปแบบและกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๕๖ วัตถุประสงค์การวิจัย ๑) เพื่อศึกษารูปแบบ กิจกรรม อัตลักษณ์ และกระบวนการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ๒) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและกระบวนส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาจิตใจและสังคมของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ๓) เพื่อศึกษาสำรวจเส้นทางและประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยวของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และการพัฒนาชุมชน ๔) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนและเครือข่ายการท่องเที่ยวในการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย และ ๕) เพื่อวิเคราะห์ระบบความสัมพันธ์และผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อวัดและวัฒนธรรมทางพระพุทธศาสนา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ๑) เจ้าอาวาส คณะสงฆ์ พระเถระผู้ใหญ่ ตัวแทนวัดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว ๒) ผู้ประกอบการนำเที่ยว และตัวแทนชุมชนที่มีส่วนร่วมในการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยว ๓) นักท่องเที่ยวและประชาชนที่เกี่ยวข้องเป็นการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยภูมิภาคๆ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวจะปรากฏตามอัตลักษณ์ที่สำคัญตามคติความเชื่อของพระพุทธ-ศาสนา มีกระบวนการจัดการที่แตกต่างกันไปตามอัตลักษณ์ของวัดนั้น การให้คุณค่าทางจิตใจและปัญญาตามหลักพุทธศาสนาเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการพัฒนาสังคม วัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับทางการท่องเที่ยวได้ในระดับดี มีเพียงบางวัดที่มีความสามารถในการจัดการเชิงการท่องเที่ยวในระดับดีมาก ความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม พบว่า องค์กรต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมและมีความสัมพันธ์ในลักษณะของการเกื้อกูลต่อกันในทุกมิติ ทั้งในเรื่องของการใช้อำนาจเชิงกฎหมาย การอำนวยการและการสนับสนุนเพื่อให้เกิดการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ และการสนับสนุน ดังนั้น วัด ชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องจะต้องดำเนินการอย่างเหมาะสมเพื่อความยั่งยืนของการเรียนรู้และการพัฒนาจิตใจและสังคม[๑๐๒]

ณัทธีร์ ศรีดี,ดร. และคณะ ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบและกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในภาคกลาง : กระบวนการจัดการพุทธศิลป์ถิ่นสยามเพื่อความงามของจิตใจและปัญญาเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๕๖ วัตถุประสงค์การวิจัย ๑)เพื่อศึกษารูปแบบ กิจกรรม อัตลักษณ์และกระบวนการท่องเที่ยววัดในภาคกลาง ๒)เพื่อศึกษาพฤติกรรมความคิดเห็นและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกระบวนการจัดการพุทธศิลป์ถิ่นสยามเพื่อความงามแห่งจิตใจและปัญญา๓)เพื่อ

---

[๑๐๑] พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. (อบอุ่น) และคณะ,“รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดในกรุงเทพมหานคร”,**รายงานวิจัย**, (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๕๒), หน้า ด.

[๑๐๒] พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. และคณะ,“**การพัฒนารูปแบบละกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย**”, (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๕๖), หน้า ก.

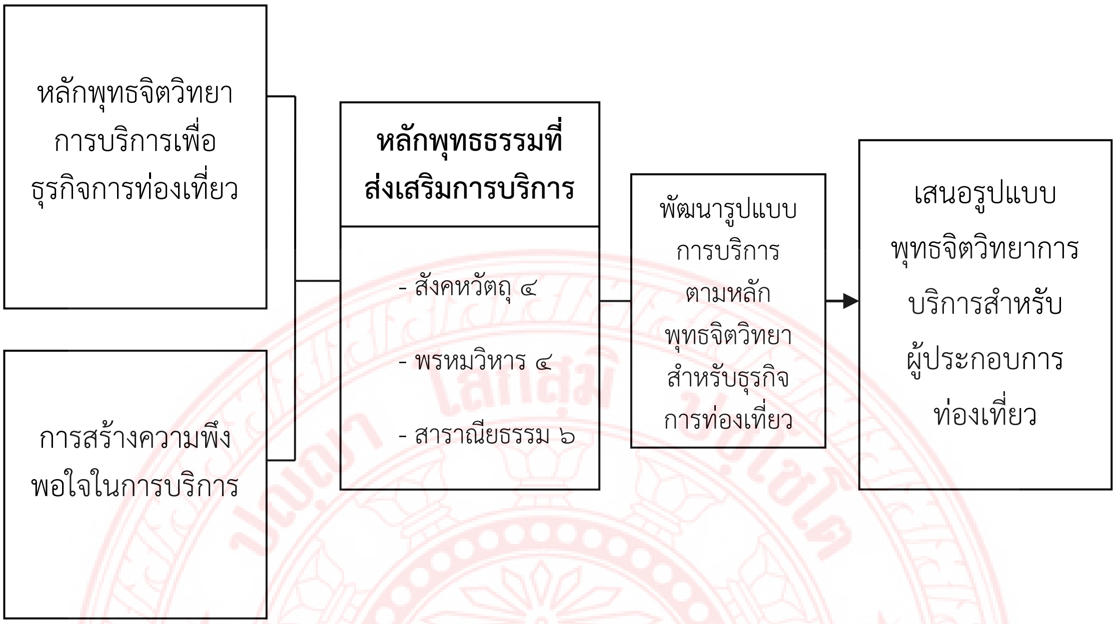
ศึกษาเส้นทางและประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและแนวทางการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ในภาคกลาง ๔)เพื่อศึกษาวิเคราะห์สภาพปัญหาและผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมทางพระพุทธศาสนาของวัดในภาคกลาง กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พระสงฆ์ ตัวแทนของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่าย ตลอดถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดทั้งภาครัฐและเอกชน ผลการวิจัยสรุปได้ว่า โดยวัดท่องเที่ยวในเขตภาคกลาง มีอัตลักษณ์ที่มีความโดดเด่นเฉพาะตนเอง โดยจำแนกตามอิริยาบถของพระพุทธรูปในลักษณะปางต่างๆ มีขนาดใหญ่โดดเด่นเป็นที่เคารพนับถือของประชาชนทั่วไป มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการมาท่องเที่ยวและพักผ่อน วัดเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจในฐานะชาวพุทธ เป็นที่พึ่งทางจิตใจ การกราบไหว้พระพุทธรูปที่วัด นักท่องเที่ยวจะมีความรู้สึกทำให้มีความมั่นใจในการดำเนินชีวิตมากขึ้น มีกำลังใจในการฟันฝ่าอุปสรรคและผ่านพ้นไปได้ เพราะเมื่อมีสติมากขึ้น ก็จะทำให้ทำงานได้ดีขึ้น ประสบความสำเร็จมากขึ้น จิตใจที่ฟุ้งซ่านก็สงบลง และมีสติมากขึ้น รู้สึกมีความสุขมากขึ้นโดยมีการตั้งความปรารถนาขอให้ช่วยดลบันดาลให้ประสบความ สำเร็จตามที่อธิษฐานขอพร ขอให้สำเร็จในการประกอบอาชีพและการดำเนินชีวิต ตลอดจนถึงโชคลาภ และต้องการทำบุญไหว้พระ ทำให้มีแนวทางในการดำเนินชีวิตหลังจากได้กราบไหว้ กล่าวคือ ได้ทำความดี ละเว้นความชั่ว ทำจิตใจให้บริสุทธิ์ การไม่ประมาทในชีวิต และได้ดำเนินชีวิตด้วยความมีสติ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยจะมีความเห็นและความพึงพอใจในระดับที่สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งโดยรวมและในรายด้าน[๑๐๓]

สรุปจากงานวิจัยที่เกี่ยวกับความพึงพอใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวทั่วไปที่ใช้บริการการท่องเที่ยว มีปัญหาที่สำคัญที่สุดที่ผู้รับบริการคือ เวลาในการให้ผู้รับบริการเที่ยวชมมีจำกัดไม่พอเพียง การจัดนำเที่ยวที่ไม่เป็นไปตามโปรแกรมที่นำเสนอ ราคาแพงเมื่อเทียบกับการบริการที่นำเสนอ ความเป็นกันเองระหว่างไกด์กับนักท่องเที่ยวมีน้อย อาหารไม่ถูกปาก ในขณะที่ปัญหาที่พบน้อยที่สุดคือ ผู้นำเที่ยวไม่ค่อยแก้ปัญหาในระหว่างการนำเที่ยว ข้อเสนอแนะคือ ผู้ประกอบการควรจัดโปรแกรมให้เหมาะสมกับเวลาเที่ยวชมในแต่ละสถานที่ ไม่มีการแก้ปัญหาให้กับผู้ท่องเที่ยว ในขณะนำเที่ยว เป็นต้น เป็นการให้คุณค่าทางจิตใจและปัญญาตามหลักพุทธศาสนาในลักษณะของการเกื้อกูลต่อกัน การอำนวยความสะดวกสบายให้กับผู้รับบริการให้เกิดความพึงพอใจ เป็นการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวนั้นต้องดำเนินการอย่างเหมาะสม เพื่อความยั่งยืนในการพัฒนาจิตวิทยาการบริการเชิงพุทธจิตวิทยาให้มีคุณภาพในอนาคตยิ่งๆ ขึ้นไป

---

[๑๐๓] ณัทธีร์ ศรีดี,ดร.และคณะ,“รูปแบบและกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในภาคกลาง: กระบวนการจัดการพุทธศิลป์ถิ่นสยามเพื่อความงามของจิตใจและปัญญา”,**รายงานวิจัย**, (ชุดโครงการวาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน, ๒๕๕๖), หน้า ฐ.

๒.๗ กรอบแนวคิดในการวิจัย



แสดงแผนภาพที่ ๒.๒ กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ ๓

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods) ทั้งด้านการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยกำหนดขอบเขตการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย (๑) เพื่อศึกษาหลักจิตวิทยาบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว และหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการ (๒) เพื่อพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว (๓) เพื่อเสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods) ทั้งด้านการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยทำการศึกษาทั้งข้อมูลเอกสาร และข้อมูลภาคสนาม โดยผู้วิจัยจะทำการศึกษาการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อ หาการวิจัยไว้ดังนี้

๑) ศึกษาจากเอกสาร

๑.๑) ศึกษาจากข้อมูลชั้นปฐมภูมิ (Primary sources) โดยศึกษาจากพระไตรปิฎกภาษาบาลี และภาษาไทย ฎีกา และอรรถกถา

๑.๒) ศึกษาจากข้อมูลชั้นทุติยภูมิ (Secondary sources) โดยศึกษาจากงานเขียนของนักวิชาการ ตลอดจนผู้รู้ทางพระพุทธศาสนา หนังสือ บทความ วารสาร หนังสือพิมพ์ วิทยานิพนธ์ และผลงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

๒) การศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

๒.๑) การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) การคัดเลือกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน ๑๐ คน ทำการสัมภาษณ์เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โรงแรมหรือร้านอาหาร ภัตตาคาร รวมถึงภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ โดยมีคุณสมบัติ คือ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี การคัดเลือกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ ที่เต็มใจและมีเวลาในการให้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อการวิจัย จำนวน ๑๐ คน คือ

๑. ดร. ยุทธนา ทัพเจริญ สมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งประเทศไทย อดีตผู้ว่าการรถไฟแห่งประเทศไทย

๒. ศาสตราจารย์ ดร.สุชัชวีร์ สุวรรณสวัสดิ์ อธิการบดีสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

๓. รองศาสตราจารย์ ผดุงยศ ดวงมาลา B.Sc.,MS. อดีตรองอธิการบดีมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, มหาวิทยาลัยนครพนม ปัจจุบันนักวิชาการอุดมศึกษาอิสระ

๔. คุณวิโรจน์ สิตประเสริฐนันท์ นายกสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย

๕. คุณวีรินทร์ อรรถไกรรัตน์ กรรมการผู้จัดการบริษัทวันเดอร์ฟูลไทม์จำกัด (บริษัทจัดการเดินทางเกี่ยวกับการท่องเที่ยว)

๖. คุณสุธรรม แซ่หลู่ พนักงานต้อนรับสายการบินไทยชั้นบริการชั้นที่ ๑

๗. สมศักดิ์ ทิพยรัตน์พรทวี กรรมการบริหารฝ่ายจัดหาวัตถุดิบภายในประเทศและลูกค้าสัมพันธ์ บริษัท ทวีทรัพย์ (จิวแจ๊เฮง) จำกัด

๘. คุณรุ่งทิพ ว่องปฏิการ คิมูระ ผู้ช่วยผู้อำนวยการกลุ่มงานสินค้า และธุรกิจการท่องเที่ยว

๙. คุณศิวพร ศุภรัตนดิลก พนักงานประชาสัมพันธ์ ๕ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

๑๐. คุณพารินธร รัตน์นราทร Project Accounting Manager, Black & Veatch Thailand Ltd. ให้การบริการเกี่ยวกับการทำบัญชีลูกค้า

๒.๒) การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (Focus group discussion) การคัดเลือกจากผู้ให้ข้อมูลหลัก การสัมภาษณ์เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โรงแรมหรือร้านอาหาร ภัตตาคาร รวมถึงภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ โดยมีคุณสมบัติ คือ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี การคัดเลือกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ จำนวน ๑๐ คน ในการให้ข้อมูลหลักที่ไม่อยู่ในกลุ่มสัมภาษณ์แบบเชิงลึก การสนทนากลุ่มแบบเจาะจงจัดทำขึ้นเพื่อหาความสอดคล้องกับการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) เกี่ยวกับการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการ ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อการวิจัย จำนวน ๑๐ คน คือ

๑. คุณจุติพร ทัพเจริญ ประธานผู้พิพากษาสมทบศาลเยาวชน จังหวัดปทุมธานี สำนักงานปรึกษาทางกฎหมาย

๒. ผศ. สุปรียา บุญยเกตุ กรรมการผู้จัดการ บริษัททูบายโฟร์ จำกัด (บริการด้านการท่องเที่ยว)

๓. ผศ. ชนิสรา ศิลานุกิจ หัวหน้าภาคการบริหารการศึกษา และอาจารย์คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

๔. คุณจริยา ธรรมสาส์น ผู้จัดการทั่วไป บริษัทบิ๊กโฟร์แทรเวล จำกัด (บริการด้านการท่องเที่ยว)

๕. คุณประสงค์ เชิดไชยกุล ผู้จัดการฝ่ายขายและการตลาดสายการบินเอเชียแอตแลนติก แอร์ไลน์

๖. คุณศราวดี บุณยสิงห์ รองผู้จัดการบริการลูกค้า บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาการปิโตรเลียม

๗. คุณศรีภัทรา ชาญวานิชบริการ อดีต CEO Mitsui OSK Line (Import and Export)

๘. คุณสุภาภรณ์ ทองนิ่ม นักจิตวิทยาชำนาญการ ศาลเยาวชนและครอบครัวกลาง ผู้ให้คำปรึกษาในศูนย์ให้คำปรึกษาแนะนำฯ ศาลเยาวชนและครอบครัวกลาง

๙. คุณธนภร ธรรมสาส์น ผู้ประกอบการธุรกิจภัตตาคาร

๑๐. คุณเกษตร น้อยทิพย์ ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าวมติชนออนไลน์

๓) การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ผู้วิจัยจะทำการแจกแบบสอบถามในเรื่องการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากประชากรเป้าหมาย จำนวนทั้งสิ้น ๒๐๔ คน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane ในประเด็นเกี่ยวกับองค์ธรรมในด้านการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้ รวมทั้งข้อเสนอแนะในด้านอื่นๆ

๓.๒ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

๑) ขอบเขตด้านประชากร ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาเฉพาะประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โรงแรมหรือร้านอาหาร ภัตตาคาร รวมถึงภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ การคัดเลือกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ

๑.๑) ประชากร ในการศึกษาครั้งนี้ คือ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โรงแรมหรือร้านอาหาร ภัตตาคาร รวมถึงภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ การคัดเลือกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ

๑.๒) กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากประชากรเป้าหมายจำนวนทั้งสิ้น ๒๐๔ คน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane จากขนาดประชากรที่ทำการศึกษา ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาโดยเป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างในการแจกแบบสอบถาม แบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามความสำคัญของประเด็นที่ศึกษา ดังนี้

๑) การใช้แบบสอบถามประชากรกลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โรงแรมหรือร้านอาหาร ภัตตาคาร รวมถึงภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ การคัดเลือกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ รวมทั้งสิ้น ๒๐๔ คน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane

๒) การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) การคัดเลือกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทำการสัมภาษณ์เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โรงแรมหรือร้านอาหาร ภัตตาคาร รวมถึงภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ โดยมีคุณสมบัติ คือ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี การคัดเลือกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ จำนวน ๑๐ คน ที่เต็มใจและมีเวลาในการให้สัมภาษณ์

๓) การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (Focus group discussion) การคัดเลือกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน ๑๐ คน ในการให้ข้อมูลหลัก เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โรงแรมหรือร้านอาหาร ภัตตาคาร

รวมถึงภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ โดยมีคุณสมบัติ คือ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี การคัดเลือกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ ร่วมในการสนทนากลุ่ม ที่ไม่อยู่ในกลุ่มสัมภาษณ์แบบเชิงลึก การสนทนากลุ่มแบบเจาะจงจัดทำขึ้นเพื่อหาความสอดคล้องกับการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) เกี่ยวกับการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการ

๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

๓.๓.๑ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ แบ่งเนื้อหาดังต่อไปนี้

๑) แบบสอบถาม สำหรับกลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โรงแรมหรือร้านอาหาร ภัตตาคาร รวมถึงภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ การคัดเลือกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ โดยมีประเด็นที่เกี่ยวการศึกษาการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว โดยมีเนื้อหาของแบบสอบถามประกอบด้วย ๓ ส่วน คือ

๑.๑) ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

๑.๒) ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการศึกษาการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

๑.๓) ข้อเสนอแนะ

๒) การใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์หรือแนวคำถามประกอบการสัมภาษณ์ (Interview guideline)สำหรับกลุ่มตัวอย่างผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โรงแรมหรือร้านอาหาร ภัตตาคาร รวมถึงภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ การคัดเลือกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ

๓) นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ทั้งปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยใช้สถิติพื้นฐานทั่วไป เช่น ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และเพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาทั่วไป

ในการดำเนินงานเพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content validity) และความตรงตามโครงสร้าง (Construct validity study) ของแบบสอบถาม มีขั้นตอนการทำงาน ดังนี้

๓.๓.๒ การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content validity)

๑) แต่งตั้งคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญ จำนวน จำนวน ๕ ท่าน

- พระครูสังฆรักษ์เอกภัทร อภิฉนฺโท, ผศ.ดร.
- รศ.ดร. เทิดชาย ช่วยบำรุง
- ผศ.ดร. เมธาพันธ์ โพธิธีรโรจน์
- ดร. สมโภช ศรีวิจิตรวรกุล
- ดร. ไพฑูรย์ มนต์พานทอง

๑) เชิงปริมาณ

๑.๑) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ค่า t-test ใช้ทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปร นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์

๑.๒) การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

๑) วิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง โดยการหาค่าความถี่ ใช้ค่าร้อยละในการวิเคราะห์ต่อไป

๒) ตามความมุ่งหมายของการวิจัยในข้อที่ ๑ เป็นการสำรวจเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ในครอบครัว/เดือน ประเภทธุรกิจการบริการ ลักษณะการบริการของท่าน กลุ่มบุคคลที่ท่านให้การบริการ เป็นต้น โดยการหาคะแนนเฉลี่ย (Mean)และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

๓) ตามความมุ่งหมายของการวิจัยในข้อที่ ๒ ศึกษาการพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว โดยการหาคะแนนเฉลี่ย (Mean)และการใช้ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

๔) ตามความมุ่งหมายของการวิจัยในข้อที่ ๓ เสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์

๑.๓) การสร้างแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น ๒ ฉบับ คือ

๑) แบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โรงแรมหรือร้านอาหาร ภัตตาคาร รวมถึงภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ มีประเด็นที่เกี่ยวการศึกษาการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว โดยมีเนื้อหาของแบบสอบถามประกอบด้วย ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการศึกษาการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว และข้อเสนอแนะ

๒) การใช้แบบสอบถาม ประกอบการสัมภาษณ์หรือแนวคำถามประกอบการสัมภาษณ์(Interview guideline) สำหรับกลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โรงแรมหรือร้านอาหาร ภัตตาคาร รวมถึงภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ

๑.๔) ประชุมที่ปรึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิและคณะทำงานวิจัยเพื่อปรับแก้ไขเครื่องมือให้มีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือตามโครงสร้างและวัตถุประสงค์ของการวิจัย เป็นเครื่องมือวิจัยฉบับร่าง

๑.๕) ทำการทดสอบภายใน โดยการทดสอบภาษา นำเครื่องมือฉบับร่าง จำนวน ๓๐ ฉบับ ทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างทั่วไป

๑.๖) จัดประชุมที่ปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิ และคณะทำงานวิจัย เพื่อพิจารณาความตรงตามเนื้อหาประกอบกับผลการทดสอบภาษาจากแบบสอบถาม ได้มีการเปลี่ยนแปลงความหมายของแต่ละคำถามให้เหมาะสมและสามารถสื่อความหมายให้สอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการศึกษาวิจัย

๓.๓.๓ การศึกษาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ในการศึกษานี้ได้ทำการศึกษาความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยศึกษาลักษณะความสอดคล้องภายใน (Internal consistency) ของเครื่องมือ แล้วจึงทำการศึกษาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบ

(Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างทดลอง จำนวน ๓๐ ฉบับ เพื่อหาความเที่ยงโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอน บาค (Cronbach's alpha-coefficient)

$$\alpha = \frac{n}{n-1}\left[1-\frac{\sum s_i^{\,2}}{s_t^{\,2}}\right]$$

เมื่อ α หมายถึง สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น

n หมายถึง จำนวนข้อ

$s_i^{\,2}$ หมายถึง คะแนนความแปรปรวนแต่ละข้อ

$s_t^{\,2}$ หมายถึง คะแนนความแปรปรวนทั้งฉบับ

ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ อยู่ในระดับ ๐.๙๘

๓.๓.๔ เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมายทางสถิติ แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง โดยจัดแบ่งข้อมูลเป็น ๓ ส่วน คือ

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ ๒ ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น ได้สร้างขึ้นเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) แบ่งเป็น ๕ ระดับ ใช้สถิติวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยมีเกณฑ์ในการแปลผลคะแนนเป็นรายข้อ ตั้งแต่ ๑-๕ คะแนน ดังนี้

น้อยที่สุด	เท่ากับ	๑	คะแนน
น้อย	เท่ากับ	๒	คะแนน
ปานกลาง	เท่ากับ	๓	คะแนน
มาก	เท่ากับ	๔	คะแนน
มากที่สุด	เท่ากับ	๕	คะแนน

การแปลความหมายของเครื่องมือ มีวิธีการแปลความหมายข้อคำถาม เป็นการประเมินค่า (Rating Scale) มี ๕ ตัวเลือก เป็นคะแนน ๕,๔,๓,๒,๑ ตามลำดับ ผู้วิจัยได้คำนวณเกณฑ์ประเมินเป็นอันตรภาค ๔ ชั้นมีค่าเท่ากับ ๐.๘๐ และได้กำหนดระดับเกณฑ์ประเมิน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับเกณฑ์ประเมิน
น้อยที่สุด	๑.๐๐ – ๑.๗๙
น้อย	๑.๘๐ – ๒.๕
ปานกลาง	๒.๖๐ – ๓.๓๙
มาก	๓.๔๐ – ๔.๑๙
มากที่สุด	๔.๒๐ – ๕.๐๐

ส่วนที่ ๓ ข้อมูลจากแบบสอบถามแบบเปิด (Open ended questionnaire) ใช้การวิเคราะห์เพื่อจัดประเภทความคิดเห็น โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ในการจัดสร้างเครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ประกอบการสัมภาษณ์หรือแนวคำถามประกอบการสัมภาษณ์ (Interview guideline) มีขั้นตอน ดังนี้

๑) การหาค่าความเหมาะสมของเครื่องมือ โดยคณะผู้วิจัยได้นำเครื่องมือแบบสัมภาษณ์และแบบประเมินที่สร้างขึ้นไปพิจารณาหารือร่วมกับคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

จำนวน ๕ ท่าน เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้เครื่องมือการวิจัยมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยวิธี IOC ตามรายการประเมินในแต่ละข้อว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาดังนี้

๐ หมายถึง ไม่แน่ใจ
+๑ หมายถึง เห็นด้วย
-๑ หมายถึง ไม่เห็นด้วย

๒) วิเคราะห์ข้อมูลหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถามได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง ๐.๕๐-๑.๐๐ ซึ่งถือว่าเครื่องมือมีความเหมาะสม ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับเนื้อหา
$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

แบบสอบถามโดยรวมได้ค่า IOC เท่ากับ ๐.๙๘

๓) หลังจากนั้น นำผลการวิเคราะห์เครื่องมือการวิจัยไปปรึกษากับคณะกรรมการที่ปรึกษาและคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ และการพิจารณาปรับ หรือลดข้อคำถามให้มีความเหมาะสมและมีความตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

๒) เชิงคุณภาพ

๒.๑) ค่าสถิติร้อยละ (percentage) ใช้อธิบายข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ในครอบครัว/เดือน ประเภทธุรกิจการบริการ ลักษณะการบริการของท่าน กลุ่มบุคคลที่ท่านให้การบริการ เป็นต้น ในการศึกษาการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

๓) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงผสมผสาน (Mixed Methods Research) ในการนำเสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

เป็นการผสมผสานโดยการสรุปตีความผลการวิจัยเชิงปริมาณด้วยผลการวิจัยเชิงคุณภาพตามแบบแผนเชิงผสมผสานอธิบาย (Explanatory Design) ที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) และการออกแบบสอบถาม (questionnaires) ที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) และการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (Focus group discussion) และการออกแบบสอบถาม (questionnaires)

๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

๑. แบบสอบถาม (questionnaires) การใช้แบบสอบถามประชากรกลุ่มตัวอย่างผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โรงแรมหรือร้านอาหาร ภัตตาคาร รวมถึงภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ การคัดเลือกจากกลุ่ม

ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ ทั้งสิ้น ๒๐๔ คน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane

๒. การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) การคัดเลือกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ทำการสัมภาษณ์เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โรงแรมหรือร้านอาหาร ภัตตาคาร รวมถึงภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ โดยมีคุณสมบัติ คือ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี การคัดเลือกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ จำนวน ๑๐ คน ในการให้ข้อมูลหลักการศึกษาการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว ที่เต็มใจและมีเวลาในการให้สัมภาษณ์

๓. การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (Focus group discussion) การคัดเลือกจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน ๑๐ คน ในการให้ข้อมูลหลัก ทำการสัมภาษณ์เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โรงแรมหรือร้านอาหาร ภัตตาคาร รวมถึงภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ โดยมีคุณสมบัติ คือ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี การคัดเลือกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ ร่วมในการสนทนากลุ่มที่ไม่อยู่ในกลุ่มสัมภาษณ์แบบเชิงลึก การสนทนากลุ่มแบบเจาะจงจัดทำขึ้นเพื่อหาความสอดคล้องกับการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) เกี่ยวกับการการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

๔. แบบสังเกต (Observation) ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาข้อมูลโดยวิธีการสังเกตการณ์ทำการสัมภาษณ์เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โรงแรมหรือร้านอาหาร ภัตตาคาร รวมถึงภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี การคัดเลือกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ เก็บข้อมูลโดยการสังเกตการณ์อย่างเป็นทางการ กล่าวคือ ผู้วิจัยได้ออกสังเกตการณ์ตามประเด็นของงานวิจัย ขณะที่สัมภาษณ์ผู้วิจัยสังเกตการณ์ด้านความรู้สึก ด้านอารมณ์ และความตั้งใจในการให้ข้อมูลเพื่อรวบรวมได้ข้อมูลที่มีคุณภาพ

๕. แบบบันทึก (Record Form) ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องบันทึกเทปเพื่อเก็บข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ และผู้วิจัยได้ถอดข้อความจากเครื่องบันทึกเทปออกมาเพื่อเก็บข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ พร้อมกันนี้ผู้วิจัยได้ทำการจดบันทึกข้อมูลเป็นลายลักษณ์อักษร

๓.๕ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

โดยผู้ศึกษาใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยจะตั้งประเด็นคำถามให้ครอบคลุมเนื้อหาที่มุ่งศึกษาเกี่ยวข้องมากที่สุด โดยตั้งประเด็นคำถามให้ครอบคลุมเนื้อหาตามที่กำหนดไว้

๑) เชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถาม (questionnaires) จากจำนวนประชากรของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น ๒๐๔ คน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane

๑.๑) การเก็บรวบรวมข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

๑) จัดเตรียมเครื่องมือตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม

๒) ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ จำนวนอย่างน้อย ๕ ท่าน ในการตรวจเครื่องมือการวิจัยว่ามีความเที่ยงตรง และสามารถใช้ในการเก็บข้อมูลได้หรือไม่

๓) ติดต่อขอหนังสือจากทางมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยขออนุญาต เพื่อแจกแบบสอบถามให้กลุ่มเป้าหมาย และหนังสือขออนุเคราะห์ต่างๆ ที่จะเข้าเก็บข้อมูล

๔) นำส่งหนังสือขออนุญาต และขอความร่วมมือผู้บริหารหรือหัวหน้าหน่วยงานที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยกำหนดวันที่จะไปแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง

๕) ตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของแบบสอบถามแล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

๒) เชิงคุณภาพ ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) จำนวน ๑๐ คน และการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (Focus group discussion) จำนวน ๑๐ คน และทำการสัมภาษณ์เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โรงแรมหรือร้านอาหาร ภัตตาคาร รวมถึงภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการโดยมีคุณสมบัติ คือ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี การคัดเลือกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) โดยการใช้แบบสัมภาษณ์ที่ออกแบบมาแล้ว และตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้วิจัยเป็นผู้ถาม พร้อมกับบันทึกเทปคำสนทนา จำนวนรวม ๒๐ คน

๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้มีการศึกษาในการการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว จากการแจกแบบสอบถาม จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มแบบเจาะจงและได้แบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

๑) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เน้นการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้เก็บรวบรวมจากนักท่องเที่ยวจำนวน ๒๐๔ คน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีขั้นตอนการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

๑.๑) เลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ในการตอบไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางสังคมศาสตร์

๑.๒) แบบสอบถามตอนที่ ๑ ซึ่งเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ความสนใจในการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว โดยทำการวิเคราะห์โดยใช้วิธีหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ แล้วนำมาเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย

๑.๓) แบบสอบถามตอนที่ ๒ ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดจิตวิทยาบริการ โดยทำการวิเคราะห์โดยคำนวณหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ คะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เป็นรายข้อและรายด้าน และเฉลี่ยรวมทุกด้าน โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ยของคะแนน เพื่อให้เห็นระดับของการความสนใจในการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวและการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

๑.๔) แบบสอบถามตอนที่ ๓ ซึ่งเป็นข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการ โดยทำการวิเคราะห์โดยคำนวณหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ คะแนนเฉลี่ย (X) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เป็นรายข้อและรายด้าน และเฉลี่ยรวมทุกด้าน โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ยของคะแนน เพื่อให้เห็นความสนใจในการการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว และการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

๑.๕) แบบสอบถามตอนที่ ๔ ซึ่งเป็นข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว โดยทำการวิเคราะห์โดยคำนวณหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ คะแนนเฉลี่ย (X) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เป็นรายข้อและรายด้าน และเฉลี่ยรวมทุกด้าน โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ยของคะแนน เพื่อให้เห็นระดับของการความสนใจในการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว และการเรียนรู้ในแต่ละด้านจากกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	๑.๐๐ - ๑.๕๐	=	มีความสำคัญในระดับน้อยมาก
ค่าเฉลี่ย	๑.๕๑ - ๒.๕๐	=	มีความสำคัญในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	๒.๕๑ - ๓.๕๐	=	มีความสำคัญในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	๓.๕๑ - ๔.๕๐	=	มีความสำคัญในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	๔.๕๑ - ๕.๐๐	=	มีความสำคัญในระดับมากที่สุด

๑.๖) นำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อศึกษาค่าเป็นกลางทางสถิติ เพื่อการวิเคราะห์การพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

๑.๗) การวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลโดยการเชื่อมโยงแนวคิดทฤษฎีที่ได้กล่าวแล้วเพื่อรวบรวมได้ข้อมูลที่ได้คุณภาพ

๒) สถิติเชิงคุณภาพ วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

๓) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงผสมผสาน (Mixed Methods Research) เป็นการผสมผสานโดยการสรุปตีความผลการวิจัยเชิงปริมาณด้วยผลการวิจัยเชิงคุณภาพตามแบบแผนเชิงผสมผสานอธิบาย (Explanatory Design) ดังต่อไปนี้

๑) เริ่มต้นจากทำการศึกษาหาคำตอบด้วยวิธีการเชิงคุณภาพ

๒) นำผลที่ได้จากวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพมาออกแบบสอบถามแบบมีโครงสร้างเพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่าง

๓) นำผลที่ได้จากวิธีการวิจัยเชิงปริมาณมาอธิบายเพิ่มเติมและยืนยันผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

บทที่ ๔

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง "การพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว" ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้ (๑)เพื่อศึกษาหลักจิตวิทยาบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว และหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการ (๒)เพื่อพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว (๓)เพื่อเสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

๔.๑ ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย

๑. หลักจิตวิทยาบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว และหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการ ผลการวิจัยพบว่า

ความหมายจิตวิทยาบริการ เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการแสดงออกของมนุษย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงลักษณะของพฤติกรรมด้านต่างๆ สาเหตุของพฤติกรรมเหล่านั้น ตลอดจนเพื่อให้สามารถพยากรณ์ ควบคุม หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม โดยการศึกษานี้จะครอบคลุมทั้งพฤติกรรมของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถอำนวยความสะดวกช่วยเหลือ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด รวมทั้งเป็นการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการบริการและการจัดการระบบการบริการเพื่อให้ได้มาซึ่งการบริการที่มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพโดยการวิเคราะห์เพื่ออธิบายทำนาย และควบคุมพฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของบุคคลอื่นเพื่อให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด และเกิดความประทับใจจากผลของการกระทำนั้น โดยการทำความเข้าใจเกี่ยวกับจิตวิทยาการบริการมีความสำคัญต่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการทุกระดับทั้งในฐานะของผู้ให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการ หรือผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการ จิตวิทยาการบริการจึงเป็นวิชาการที่จะต้องผสมผสานแนวคิดวิชาการจิตวิทยา พฤติกรรมผู้บริโภค และการตลาดเข้าด้วยกันในลักษณะของทั้งศาสตร์และศิลป์ ในอันที่จะเสริมสร้างกลยุทธ์การบริการ (ศาสตร์ของจิตวิทยาการบริการ) และการพัฒนาทักษะการบริการ (ศิลป์ของจิตวิทยาการบริการ) ที่เน้นคุณภาพและประสิทธิภาพของการให้บริการอย่างแท้จริง

กระบวนการบริการ เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างมีระบบเป็นขั้นตอน เช่น เริ่มต้นจากนักท่องเที่ยวมีความต้องการการบริการ ความต้องการนี้เองเป็นแรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวพยายามหาการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ นักท่องเที่ยวจำเป็น ต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการเพื่อแสดงความต้องการของตนออกมาให้เกิดการรับรู้ และมีการดำเนินการในทางที่จะสนองความต้องการนั้นในกระบวนการให้บริการ สุดท้ายที่สุด นักท่องเที่ยวจะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ ผลที่เกิดขึ้นจากการบริการที่ได้รับจะส่งผลต่อความรู้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ รับการตอบสนองความคาดหวังหรือไม่

เพียงใดซึ่งเป็นข้อมูลย้อนกลับ สามารถแบ่งออกได้เป็นขั้นตอน มีการกำหนดความต้องการ ขั้นตอนการค้นหาและรวบรวมข้อมูลข่าวสาร ขั้นตอนการประเมินทางเลือก ขั้นตอนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ลักษณะของการบริการ มีลักษณะที่แตกต่างกันไปดังต่อไปนี้ การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ การบริการไม่มีความคงที่แน่นอน การบริการไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ การบริการไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ การบริการต้องอาศัยคนเป็นหลักคุณภาพของการบริการมักต้องอาศัยองค์ประกอบทางกายภาพ การบริการมักต้องให้ผู้รับบริการเข้ามามีส่วนร่วมในการะบวนการบริการ หรือกล่าวอีกในหนึ่งว่า เป็นพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อผู้อื่น เป็นการกระทำที่สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจ เป็นสิ่งที่บุคคลได้กระทำขึ้นอันเชื่อมโยงถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการ

ประเภทของการบริการ ประเภทของการบริการ ว่าโดยทั่วไปแบ่งเพื่อความเข้าใจได้ ดังนี้ เป็นการบริการโดยตรง เป็นการให้ความช่วยเหลือหรือดำเนินการที่เป็นประโยชน์แก่ผู้รับบริการเฉพาะหน้า เป็นการบริการโดยอ้อม เป็นการดำเนินการที่เป็นประโยชน์โดยไม่ได้สัมผัสเกี่ยวข้องกับผู้รับบริการโดยตรง แต่ผู้รับบริการได้ประโยชน์โดยอาจไม่เคยพบเห็นผู้ให้บริการเลย

องค์ประกอบของการบริการ องค์ประกอบของระบบบริการไว้ว่าระบบบริการ หมายถึงการจัดวางแบบแผนการดำเนินการต่างๆ ในอันที่จะให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มารับบริการ มีโครงสร้างของระบบการบริการทั่วไปจะประกอบด้วยสัมพันธภาพของส่วนต่างๆ คือ นักท่องเที่ยวหรือผู้รับบริการ ผู้ปฏิบัติงานบริการ องค์กรธุรกิจบริการ ผลิตภัณฑ์บริการ การนำเสนอ วิธีการให้บริการ และสภาพแวดล้อมในการบริการ

ความสำคัญของการบริการ การบริการมีคุณค่าเป็นพิเศษต่อผู้รับบริการช่วยให้รับการช่วยเหลือและอำนวยประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตและการงานหลายทางด้วยกัน เช่น การได้รับการปฏิบัติอย่างถูกต้อง สะดวกและรวดเร็ว ทำให้ไม่เสียเวลาในการแก้ไขความผิดพลาดพอพร่อง และไม่เกิดความยุ่งยากในการปฏิบัติ ทั้งไม่ต้องเสียเวลารอคอยให้บริการ ดังนี้ การได้รับการบริการที่ดีและการได้รับความพึงพอใจความสำคัญในด้านผู้ให้บริการ

เทคนิคของการบริการ การให้บริการที่ดีที่สามารถสร้างความพึงพอใจอย่างสูงสุดให้กับผู้รับบริการนั้น นอกจากต้องอาศัยคุณสมบัติเฉพาะและประสบการณ์ของผู้ปฏิบัติงานให้บริการแล้วยังจำเป็นต้องอาศัยเทคนิคในการให้บริการที่ดีด้วย การให้บริการนับว่าเป็นสิ่งที่ละเอียดอ่อน เช่น การแต่งกายอย่างเรียบร้อยและสุภาพ การแต่งกายที่ไม่สุภาพในการต้อนรับและการบริการถือว่าเป็นการไม่ให้เกียรติกับผู้รับบริการ แสดงอากัปกิริยายินดี โดยการสบตา ยิ้มแย้ม และกล่าวต้อนรับ ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างทันทีและด้วยความเต็มใจ แสดงความเอาใจใส่กับผู้รับบริการด้วยการพูดและการกระทำ ถ้าหากผู้รับบริการขอให้ช่วยเหลือในเรื่องใดหรือถามคำถามในเรื่องใด ก็ควรให้ความช่วยเหลือหรือตอบคำถามอย่างเต็มความสามารถ ไม่ควรบอกปัดว่าไม่ใช่หน้าที่ของตนเองสำหรับการตอบคำถามนั้น เป็นต้น

คุณภาพของการบริการ คุณภาพของการบริการสำหรับลูกค้าโดยใช้เกณฑ์ในการวัดระดับคุณภาพการบริการก่อนการตัดสินใจซื้อบริการ มีหลักดังนี้ ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ การให้ความมั่นใจ การตอบสนองลูกค้า การดูแลเอาใจใส่ ความมีรูปลักษณ์ขององค์การและผู้ให้บริการ

ประโยชน์ของการให้บริการ การบริการนั้นถือเป็นสิ่งสำคัญในการประกอบวิชาชีพการบริการ เมื่อกล่าวถึงประโยชน์ของการให้บริการที่ดีมีดังต่อไปนี้ ผิดพลาดน้อยลงและประหยัดเวลาเพิ่มความพึงพอใจให้ลูกค้า เพิ่มขวัญและกำลังใจให้พนักงานผู้ให้บริการ ทำให้อุตสาหกรรมบริการเติบโต

การสร้างจิตวิทยาเชิงคุณค่าต่อการบริการ เป็นกระบวนการสร้างให้เกิดคุณค่าของการบริการว่า การบริการเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างมีระบบขั้นตอน คือ เริ่มต้นจากนักท่องเที่ยวมีความต้องการการบริการ (ปัจจัยนำเข้า) ความต้องการนี้เองเป็นแรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวพยายามค้นหาการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการดังกล่าวให้ได้ นักท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องปฏิสัม พันธ์กับผู้ให้บริการเพื่อแสดงความต้องการของตนออกมาให้เกิดการรับรู้ และมีการดำเนินการในอันที่จะสนองตอบความต้องการนั้น (กระบวนการให้บริการ) ซึ่งในท้ายที่สุด นักท่องเที่ยวจะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ (ปัจจัยนำออก) ผลที่เกิดขึ้นจากการบริการที่ได้รับจะส่งผลต่อความรู้พึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ได้รับการตอบสนองความหวังหรือไม่เพียงใด (ข้อมูลย้อนกลับ) ทั้งนี้ผู้ให้บริการที่จะสามารถสร้างความตระหนักเชิงคุณค่าได้นั้น ต้องคำนึงถึงการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการ และผู้ให้บริการ ที่จะเกิดทันทีพร้อมกับเหตุการณ์ในกระบวนการบริการ

จากการศึกษาหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการ ผลการวิจัยพบว่า เป็นการนำหลักธรรมที่เรียกว่าหลักสาราณียธรรม ๖ หลักสังคหวัตถุ ๔ และหลักพรหมวิหาร ๔ ในทางพุทธศาสนามาประพฤติและปฏิบัติเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการพัฒนาธุรกิจการบริการ หลักสาราณียธรรม ๖ ธรรมอันเป็นที่ตั้งแห่งความให้ระลึกถึง ธรรมเป็นเหตุที่ระลึกถึงกันทั้งต่อหน้า และลับหลัง กล่าวคือ การช่วยเหลือกิจธุระของผู้ร่วมคณะด้วยความเต็มใจ แสดงกิริยาอาการสุภาพ เคารพนับถือกัน ช่วยบอกแจ้งสิ่งที่เป็นประโยชน์ สั่งสอนแนะนำ ตักเตือนด้วยความหวังดี กล่าววาจาสุภาพ แสดงความเคารพนับถือกัน การตั้งจิตปรารถนาดีคิดทำสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่กัน มองกันในแง่ดี มีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสต่อกัน รู้จักแบ่งปันกันให้ซึ่งกันและกัน แม้เป็นของเล็กน้อย มีความประพฤติสุจริตดีงาม ถูกต้องตามระเบียบวินัย ไม่ทำตนให้เป็นผู้น่ารังเกียจของหมู่คณะ เป็นต้น

หลักสังคหวัตถุ ๔ เป็นหลักคำสอนในพระพุทธศาสนาที่เป็นวิธีปฏิบัติเพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจของคนให้เกิดความรักความสามัคคีความสงเคราะห์ช่วยเหลือเกื้อกูลกันซึ่งกันและกัน รู้จักการให้ รู้จักแบ่งปัน มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ ช่วยเหลือให้สิ่งของตามควร ตลอดจนการให้ความรู้ และมีความเข้าใจ และความเข้าใจในศิลปการให้การบริการ รู้จักพูดอย่างรักกัน คือ กล่าวคำสุภาพ ไพเราะน่าฟัง ชี้แจง แนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ มีเหตุผล เป็นหลักฐาน ชักจูงในทางที่ดีงาม หรือแสดงความเห็นอกเห็นใจ ให้กำลังใจ และรู้จักพูดให้เกิดความเข้าใจดีต่อกัน ทำให้เกิดความสมานสามัคคีเกิดไมตรีจิตต่อกัน ทำให้เกิดความรักใคร่นับถือ รู้จักทำประโยชน์แก่กัน คือ ช่วยเหลือด้วยแรงกายและขวนขวายช่วยเหลือกิจการต่างๆ บำเพ็ญประโยชน์ รวมทั้งช่วยแก้ไขปัญหา และช่วยปรับปรุงส่งเสริมในด้านจริยธรรม และรู้จักการทำตัวให้เข้ากับผู้อื่นได้ รู้จักวางตนเสมอต้นเสมอปลาย ให้ความเสมอภาค ปฏิบัติสม่ำเสมอกันต่อคนทั้งหลาย ไม่เอาเปรียบซึ่งกันและกัน รู้จักร่วมสุข ร่วมทุกข์ ร่วมรับรู้ ร่วมแก้ไขปัญหา เพื่อให้เกิดประโยชน์สุขร่วมกัน

หลักพรหมวิหาร ๔ เป็นธรรมประจำใจอันประเสริฐ เป็นหลักความประพฤติที่ประเสริฐ บริสุทธิ์ ธรรมที่ต้องมีไว้เป็นหลักใจและกำกับความประพฤติ จึงจะชื่อว่าดำเนินชีวิตอย่างหมดจด รู้จักปฏิบัติตนต่อมนุษย์สัตว์ทั้งหลายโดยชอบ ธรรมอันทำให้เป็นพรหม ซึ่งประกอบด้วย ความแสดงความมีมิตรไมตรีต่อกัน มีความต้องการให้ผู้อื่นมีความสุข เป็นปรารถนาดีต่อผู้อื่น ขยายจิตที่ดีงามออกไปต่อเพื่อนมนุษย์และสรรพสัตว์ทั้งหลาย มีเมตตาเป็นคุณธรรมพื้นฐานที่บุคคลควรมี โดยเป็นความปรารถนาดีและมีความคิดในทางสร้างสรรค์เพื่อความเจริญให้กับผู้อื่น การรู้จักมีจิตใจอ่อนโยนเมื่อเห็นผู้อื่นตกทุกข์ มีความลำบาก มีความปรารถนาที่จะช่วยให้เขาพ้นทุกข์ เป็นคนมีน้ำใจอยากช่วย เหลือผู้อื่น เมื่อมีโอกาสช่วยเหลือก็จะช่วยเหลือตามกำลังความสามารถโดยปราศจากเงื่อนไขใดๆ มีความชื่นบาน ความยินดีในเมื่อผู้อื่นได้ดี หลักธรรมข้อนี้เป็นลักษณะของผู้มีจิตใจกว้าง ยินดีต่อความดีของผู้อื่น ไม่อิจฉาริษยา ไม่กลั่นแกล้งผู้อื่น และการรู้จักวางใจเป็นกลาง มีการพิจารณาใคร่ครวญในเรื่องต่างๆ ด้วยปัญญา มีเหตุมีผลอย่างถูกต้อง เที่ยงธรรม เป็นการมองสรรพสิ่งอย่างเป็นกลางหรือการเห็นสิ่งต่างๆ ตามความเป็นจริง หลักธรรมที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ ถือเป็นธรรมที่ใครประพฤติปฏิบัติทำให้เกิดความระลึกถึงกัน ซึ่งมีความสำคัญต่องานด้านการให้บริการเป็นอย่างยิ่ง ธรรมอันทำให้เป็นที่รักเกิดความสามัคคี และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันซึ่งกันและกัน

๒. พัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว

๔.๒ วิเคราะห์ผลข้อมูลของแบบสอบถาม

๔.๒.๑ ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลทั่วไป ของผู้ประกอบการท่องเที่ยว จำนวน ๒๐๔ คน จำแนกตามสถานภาพในเรื่องของ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทกิจกรรมหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ในครอบครัว/เดือน ลักษณะการบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม และ กลุ่มบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้บริการโดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายละเอียดดังในตารางที่ ๑ – ๗

ตารางที่ ๔.๑ แสดงจำนวนและร้อยละในด้านเพศ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	๕๒	๒๕.๕๐
หญิง	๑๔๘	๗๒.๕๐
รวม	๒๐๔	๑๐๐.๐๐

จากตารางที่ ๔.๑ แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานะเป็นเพศหญิง โดยมีจำนวนทั้งสิ้น ๑๔๘ คน หรือคิดเป็นร้อยละ ๗๒.๕๐ และเป็นเพศชาย จำนวน ๕๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๕.๕๐

ตารางที่ ๔.๒ แสดงจำนวนและร้อยละในด้านอายุ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
๒๑ – ๓๐ ปี	๙๘	๔๘.๐๐
๓๑ – ๔๐ ปี	๖๓	๓๐.๙๐
๔๑ – ๕๐ ปี	๒๖	๑๒.๗๐
๕๑ – ๖๐ ปี	๑๓	๖.๔๐
มากกว่า ๖๐ ปี	๔	๒.๐๐
รวม	๒๐๔	๑๐๐.๐๐

จากตารางที่ ๔.๒ แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง ๒๑-๓๐ ปี โดยมีจำนวนมากที่สุด คือ ๙๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๘.๐๐ รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง ๓๑-๔๐ ปี จำนวน ๖๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๐.๙๐ ช่วงอายุระหว่าง ๔๑-๕๐ ปี มีจำนวน ๒๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๗๐ ช่วงอายุระหว่าง ๕๑-๖๐ ปี มีจำนวน ๑๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๖.๔๐ และช่วงอายุที่น้อยที่สุด ได้แก่ มากกว่า ๖๐ ปีขึ้นไป โดยมีจำนวน ๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๒.๐๐

ตารางที่ ๔.๓ แสดงจำนวนและร้อยละในด้านการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	๑๐	๔.๙๐
อนุปริญญา	๑๙	๙.๓๐
ปริญญาตรี	๑๔๙	๗๓.๐๐
สูงกว่าปริญญาตรี	๒๓	๑๑.๓๐
อื่นๆ	๓	๑.๕๐
รวม	๒๐๔	๑๐๐.๐๐

จากตารางที่ ๔.๓ แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับชั้นปริญญาตรี โดยมีจำนวนทั้งสิ้น ๑๔๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๓.๐๐ รองลงมาคือ ระดับชั้นสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน ๒๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๑.๓๐ ระดับชั้นอนุปริญญา จำนวน ๑๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๙.๓๐ ระดับชั้นมัธยมศึกษา จำนวน ๑๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๔.๙๐ และจำนวนระดับการศึกษาที่น้อยที่สุดคือ อื่นๆ โดยมีจำนวนทั้งสิ้น ๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๑.๕๐

ตารางที่ ๔.๔ แสดงจำนวนและร้อยละในด้านประเภทกิจกรรมหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทกิจกรรม/ธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การให้บริการภาครัฐ	๒๕	๑๒.๓๐
การให้บริการในธุรกิจส่วนตัว	๒๖	๑๒.๗๐
พนักงานบริษัทเอกชน	๓๗	๑๘.๑๐
บริษัทท่องเที่ยว	๑๐๒	๕๐.๐๐
พนักงานต้อนรับ	๑๔	๖.๙๐
อื่นๆ	๐	๐.๐๐
รวม	๒๐๔	๑๐๐.๐๐

จากตารางที่ ๔.๔ แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้บริการกิจกรรมและธุรกิจในลักษณะบริษัทท่องเที่ยว โดยมีจำนวนทั้งสิ้น ๑๐๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๐.๐๐ รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน ๓๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๘.๑๐ ให้บริการในธุรกิจส่วนตัว จำนวน ๒๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๗๐ ให้บริการภาครัฐ จำนวน ๒๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๓๐ พนักงานต้อนรับ ๑๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๖.๙๐ และในส่วนของประเภทอื่นๆ นั้น ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามท่านใดเลือกข้อนี้เลย

ตารางที่ ๔.๕ แสดงจำนวนร้อยละในด้านรายได้ในครอบครัวต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐ บาท	๒	๑.๐๐
๑๐,๐๐๐ – ๑๕,๐๐๐ บาท	๓๐	๑๔.๗๐
๑๕,๐๐๑ -๒๐,๐๐๐ บาท	๕๕	๒๗.๐๐
๒๐,๐๐๑ - ๒๕,๐๐๐ บาท	๔๒	๒๐.๖๐
๒๕,๐๐๑ บาทขึ้นไป	๗๕	๓๖.๘๐
รวม	๒๐๔	๑๐๐.๐๐

จากตารางที่ ๔.๕ แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ ๒๕,๐๐๐๑ บาทขึ้นไป มีจำนวนมากที่สุด คือ ๗๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๖.๘๐ รองลงมาคือมีรายได้ระหว่าง ๑๕,๐๐๑ – ๒๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๕๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๗.๐๐ มีรายได้ระหว่าง ๒๐,๐๐๑ – ๒๕,๐๐๐ บาท จำนวน ๔๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๖๐ มีรายได้ระหว่าง ๑๐,๐๐๐ – ๑๕,๐๐๐ บาท จำนวน ๓๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๗๐ และจำนวนรายได้ที่น้อยที่สุด คือ มีรายได้ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๑.๐๐

ตารางที่ ๔.๖ แสดงจำนวนและร้อยละในด้านลักษณะของการให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะการบริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การให้บริการสุขภาพ	๑๗	๘.๓๐
การให้บริการการเงิน	๓๐	๑๔.๗๐
การบริการท่องเที่ยว	๑๐๐	๔๙.๐๐
การบริการอาหาร-เครื่องดื่ม	๑๓	๖.๔๐
การบริการการขนส่ง	๗	๓.๔๐
การบริการด้านที่ปรึกษา	๒๔	๑๑.๘๐
การบริการที่พักอาศัย	๑๓	๖.๔๐
รวม	๒๐๔	๑๐๐.๐๐

จากตารางที่ ๔.๖ แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านลักษณะของการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้บริการในลักษณะการให้บริการการท่องเที่ยว โดยมีจำนวนมากที่สุด คือ ๑๐๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๙.๐๐ รองลงมาคือ การให้บริการการเงิน จำนวน ๓๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๗๐ การบริการด้านที่ปรึกษา จำนวน ๒๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๑.๘๐ การให้บริการสุขภาพ จำนวน ๑๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๘.๓๐ การบริการอาหาร-เครื่องดื่ม และการบริการที่พักอาศัย มีจำนวนเท่ากันที่ ๑๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๖.๔๐ และลักษณะบริการที่น้อยสุดคือการบริการขนส่ง จำนวน ๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๓.๔๐

ตารางที่ ๔.๗ แสดงจำนวนและร้อยละในด้านกลุ่มบุคคลที่ให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

๑. ให้บริการกับกลุ่มวัยรุ่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ให้บริการ	๗๗	๓๗.๗๐
ไม่ได้ให้บริการ	๑๒๗	๖๒.๓๐
รวม	๒๐๔	๑๐๐.๐๐

จากตารางที่ ๔.๗ จากข้อที่ ๑ แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านกลุ่มบุคคลที่ให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๗๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๗.๗๐ ได้ให้บริการกับกลุ่มวัยรุ่น ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๑๒๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๒.๓๐ ไม่ได้ให้บริการกับกลุ่มวัยรุ่น

ตารางที่ ๔.๗ (ต่อ)

๒. ให้บริการกับกลุ่มวัยทำงาน	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ให้บริการ	๑๐๗	๕๒.๕๐
ไม่ได้ให้บริการ	๙๗	๔๗.๕๐
รวม	๒๐๔	๑๐๐.๐๐

จากข้อที่ ๒ แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านกลุ่มบุคคลที่ให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๑๐๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๒.๕๐ ได้ให้บริการกับกลุ่มวัยทำงาน ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๙๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๗.๕๐ ไม่ได้ให้บริการกับกลุ่มวัยทำงาน

ตารางที่ ๔.๗ (ต่อ)

๓. ให้บริการกับกลุ่มผู้ป่วย	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ให้บริการ	๒๑	๑๐.๓๐
ไม่ได้ให้บริการ	๑๘๓	๘๙.๗๐
รวม	๒๐๔	๑๐๐.๐๐

จากข้อที่ ๓ แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านกลุ่มบุคคลที่ให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๒๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๐.๓๐ ได้ให้บริการกับกลุ่มผู้ป่วย ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๑๘๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๘๙.๗๐ ไม่ได้ให้บริการกับกลุ่มผู้ป่วย

ตารางที่ ๔.๗ (ต่อ)

๔. ให้บริการกับกลุ่มผู้สูงอายุ	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ให้บริการ	๕๖	๒๗.๕๐
ไม่ได้ให้บริการ	๑๔๘	๗๒.๕๐
รวม	๒๐๔	๑๐๐.๐๐

จากข้อที่ ๔ แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านกลุ่มบุคคลที่ให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๕๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๗.๕๐ ได้ให้บริการกับกลุ่มผู้สูงอายุ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๑๔๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๒.๕๐ ไม่ได้ให้บริการกับกลุ่มผู้สูงอายุ

ตารางที่ ๔.๗ (ต่อ)

๕. ให้บริการกับกลุ่มสุขภาพ	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ให้บริการ	๑๒	๕.๙๐
ไม่ได้ให้บริการ	๑๙๒	๙๔.๑๐
รวม	๒๐๔	๑๐๐.๐๐

จากข้อที่ ๕ แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านกลุ่มบุคคลที่ให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๑๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๕.๙๐ ได้ให้บริการกับกลุ่มสุขภาพ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๑๙๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๙๔.๑๐ ไม่ได้ให้บริการกับกลุ่มสุขภาพ

ตารางที่ ๔.๗ (ต่อ)

๖. ให้บริการกับกลุ่มสวัสดิการสังคม	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ให้บริการ	๑๐	๔.๙๐
ไม่ได้ให้บริการ	๑๙๔	๙๕.๑๐
รวม	๒๐๔	๑๐๐.๐๐

จากข้อที่ ๖ แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านกลุ่มบุคคลที่ให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๑๒๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๒.๓๐ ได้ให้บริการกับกลุ่มสวัสดิการสังคม ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๗๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๗.๗๐ ไม่ได้ให้บริการกับกลุ่มสวัสดิการสังคม

ตารางที่ ๔.๗ (ต่อ)

๗. ให้บริการกับกลุ่มนักท่องเที่ยว	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ให้บริการ	๑๐๙	๕๓.๔๐
ไม่ได้ให้บริการ	๙๕	๔๖.๖๐
รวม	๒๐๔	๑๐๐.๐๐

จากข้อที่ ๗ แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านกลุ่มบุคคลที่ให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๑๐๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๓.๔๐ ได้ให้บริการกับกลุ่มนักท่องเที่ยว ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๙๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๖.๖๐ ไม่ได้ให้บริการกับกลุ่มนักท่องเที่ยว

ตารางที่ ๔.๗ (ต่อ)

๘. ให้บริการกับทุกกลุ่มบุคคล	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ให้บริการ	๗๙	๓๘.๗๐
ไม่ได้ให้บริการ	๑๒๕	๖๑.๓๐
รวม	๒๐๔	๑๐๐.๐๐

จากข้อที่ ๘ แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านกลุ่มบุคคลที่ให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๗๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๘.๗๐ ได้ให้บริการกับทุกกลุ่มบุคคล ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๑๒๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๑.๓๐ ไม่ได้ให้บริการกับทุกกลุ่มบุคคล

๔.๒.๒ แนวคิดจิตวิทยาบริการ

การศึกษาความสำคัญของแนวคิดจิตวิทยาบริการ ผู้วิจัยได้สอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการท่องเที่ยว จำนวน ๒๐๔ คน โดยแบ่งเกณฑ์คะแนนความสำคัญออกเป็น ๕ ระดับ ได้แก่ ๑.มีความสำคัญน้อยมาก ๒.มีความสำคัญน้อย ๓.มีความสำคัญปานกลาง ๔.มีความสำคัญมาก ๕.มีความสำคัญมากที่สุด โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญของจิตวิทยาบริการมีรายละเอียดดังในตารางที่ ๔.๘

ตารางที่ ๔.๘ แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยในด้านความสำคัญของจิตวิทยาบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

แนวคิดจิตวิทยาบริการ	น้อยมาก	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	$\overline{X}$	S.D.	ระดับค่าเฉลี่ย
๑. จิตวิทยาบริการคือพื้นฐานของการตอบสนองความต้องการของมนุษย์	-	-	๙	๙๓	๑๐๒	๒๐๔	๔.๔๕	០.๕๘	มาก
	-	-	๔.๔	๔๕.๖	๕๐.๐	๑๐๐.			
๒. จิตวิทยาบริการมีขึ้นเพื่อให้อำนวยความสะดวกต่อความต้องการของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ	-	-	๑๒	๑๐๐	๙๒	๒๐๔	๔.๓๙	๐.๕๙	มาก
	-	-	๕.๙	๔๙.๐	๔๕.๑	๑๐๐.			
๓. จิตวิทยาบริการมีขึ้นเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด	-	-	๑๖	๘๖	๑๒	๒๐๔	๔.๔๒	๐.๖๓	มาก
	-	-	๗.๘	๔๒.๒	๕๐.๐	๑๐๐.			
๔. จิตวิทยาบริการเป็นการจัดการระบบการบริการที่มีคุณภาพ	-	-	๑๘	๑๐๒	๘๔	๒๐๔	๔.๓๒	๐.๖๓	มาก
	-	-	๘.๘	๕๐.๐	๔๑.๒	๑๐๐.			
๕. จิตวิทยาบริการมีขึ้นเพื่อให้ได้การบริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด	-	-	๑๕	๙๐	๙๙	๒๐๔	๔.๔๑	๐.๖๒	มาก
	-	-	๗.๔๐	๔๔.๑	๔๘.๕	๑๐๐.			

แนวคิดจิตวิทยาบริการ	น้อยมาก	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับค่าเฉลี่ย
๖. จิตวิทยาบริการมีขึ้นเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมของผู้ให้บริการในการให้บริการที่ดีขึ้น	-	-	๑๒	๑๑	๗๗	๒๐๔	๔.๓๒	๐.๕๘	มาก
	-	-	๕.๙๐	๕๖.๔	๓๗.๗	๑๐๐.			
๗.จิตวิทยาบริการเป็นพฤติกรรมที่สร้างความสุขให้กับผู้รับบริการ	-	-	๑๕	๑๐๔	๘๕	๒๐๔	๔.๓๔	๐.๖๑	มาก
	-	-	๗.๔๐	๕๑.๐	๔๑.๗	๑๐๐.			
๘. จิตวิทยาบริการเป็นพฤติกรรมการบริการที่แสดงออกด้านการแต่งกาย สีหน้า แววตา ท่าทาง และการพูดจา	-	๑	๒๐	๙๑	๙๒	๒๐๔	๔.๓๔	๐.๖๗	มาก
	-	๐.๕	๙.๘๐	๔๔.๖	๔๕.๑	๑๐๐.			
๙. จิตวิทยาการบริการ เป็นงานที่ดำเนินการเพื่อประโยชน์ในเชิงธุรกิจ	๑	๓	๕๑	๘๘	๖๑	๒๐๔	๔.๐๐	๐.๘๐	มาก
	๐.๕	๑.๕	๒๕.๐	๔๓.๑	๒๙.๙	๑๐๐.			
๑๐. จิตวิทยาบริการทำให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภค การจัดการระบบการบริการ และการประเมินผลการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ	-	๑	๒๑	๑๑๕	๖๗	๒๐๔	๔.๒๒	๐.๖๓	มาก
	-	๐.๕	๑๐.๓	๕๖.๔	๓๒.๘	๑๐๐.			
๑๑. จิตวิทยาบริการก่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการเพื่อให้เข้าใจบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบ	-	๑	๑๖	๑๑๗	๗๐	๒๐๔	๔.๒๕	๐.๖๑	มาก
	-	๐.๕	๗.๘	๕๗.๔	๓๔.๓	๑๐๐.๐			
๑๒.จิตวิทยาบริการมีเพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพของการบริการ ด้วยกลยุทธ์การบริการที่สร้างความประทับใจและมีคุณธรรม	-	-	๙	๑๐๒	๙๓	๒๐๔	๔.๔๑	๐.๕๗	มาก
	-	-	๔.๔	๕๐.๕	๔๕.๖	๑๐๐.			
๑๓.จิตวิทยาบริการมีเพื่อตระหนักถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงการบริการและคุณภาพของการบริการที่สังคมต้องการ	-	๒	๑๗	๑๐๕	๘๐	๒๐๔	๔.๒๙	๐.๖๕	มาก
	-	๑.๐	๘.๓	๕๑.๕	๓๙.๒	๑๐๐.			

แนวคิดจิตวิทยาบริการ	น้อยมาก	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	$\overline{X}$	S.D.	ระดับค่าเฉลี่ย
๑๔.จิตวิทยาบริการมีเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระบบการบริการ รวมทั้งปัญหาข้อบกพร่องของการปฏิบัติงานบริการในอันที่จะปรับปรุงหรือแก้ไขให้การบริการดำเนินไปด้วยดี	-	-	๒๑	๙๓	๙๐	๒๐๔	๔.๓๔	๐.๖๕	มาก
	-	-	๑๐.๓	๔๕.๖	๔๔.๑	๑๐๐.			
๑๕. ความสำคัญของจิตวิทยามีเพื่อผู้ปฏิบัติงานบริการ ทำให้เกิดการรับรู้เป้าหมายของการให้การบริการที่ถูกต้อง ทำให้ตระหนักถึงบทบาท และพฤติกรรมของการบริการที่ผู้ปฏิบัติงานบริการแก้ไขปัญหาต่างๆ	๑	๒	๑๓	๑๑๑	๗๗	๒๐๔	๔.๒๘	๐.๖๖	มาก
	๐.๕	๑.๐	๖.๔	๕๔.๔	๓๗.๗	๑๐๐.			
๑๖. การทำความเข้าใจเกี่ยวกับจิตวิทยาการบริการมีความสำคัญต่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการทุกระดับทั้งในฐานะของผู้ให้ และผู้รับบริการ	-	๑	๑๔	๙๔	๙๕	๒๐๔	๔.๓๙	๐.๖๓	มาก
	-	๐.๕	๖.๙	๔๖.๑	๔๖.๖	๑๐๐.			
๑๗. ศิลปะของจิตวิทยาการบริการ คือ คุณภาพและประสิทธิภาพของการให้บริการอย่างแท้จริง	-	-	๒๑	๙๑	๙๒	๒๐๔	๔.๓๕	๐.๖๕	มาก
	-	-	๑๐.๓	๔๔.๖	๔๕.๑	๑๐๐.			
รวม							๔.๓๒	๐.๑๐	มาก

***หมายเหตุ** ระดับค่าเฉลี่ย ๑.๐๐ - ๑.๕๐ = สำคัญน้อยมาก, ๑.๕๑ - ๒.๕๐ = สำคัญน้อย, ๒.๕๑- ๓.๕๐ = สำคัญปานกลาง, ๓.๕๑ - ๔.๕๐ = สำคัญมาก, ๔.๕๑ - ๕.๐๐ = สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ ๔.๘ แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านความสำคัญของจิตวิทยาบริการ โดยภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญ อยู่ในระดับ “มาก” โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๓๒ ($\overline{X}$ =๔.๓๒, S.D = ๐.๑๐)

เมื่อพิจารณาตามรายข้อ พบว่า แนวคิดจิตวิทยาบริการคือพื้นฐานของการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในข้อนี้อยู่ในระดับมากที่สุด อยู่ในระดับ “มาก” โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๔๕ ($\overline{X}$ =๔.๔๕, S.D = ๐.๕๘)

ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ จิตวิทยาบริการมีขึ้นเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในข้อนี้ ในระดับ “มาก” โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๔๒ ($\overline{X}$ =๔.๔๒, S.D = ๐.๖๓)

ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ จิตวิทยาการบริการเป็นงานที่ดำเนินการเพื่อประโยชน์ในเชิงธุรกิจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญของแนวคิดนี้ ในระดับ “มาก”โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๐๐ ($\overline{X}$ =๔.๐๐, S.D = ๐.๘๐) ตามลำดับมากไปหาน้อย

๔.๒.๓ การพัฒนาจิตวิทยาบริการ

การศึกษาระดับการพัฒนาจิตวิทยาบริการ ผู้วิจัยได้สอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการท่องเที่ยว จำนวน ๒๐๔ คน ในเรื่องของแนวปฏิบัติในการให้การบริการตามหลักจิตวิทยาบริการ โดยแบ่งเกณฑ์คะแนนความสำคัญออกเป็น ๕ ระดับ ได้แก่ ๑. มีความสำคัญน้อยมาก ๒. มีความสำคัญน้อย ๓. มีความสำคัญปานกลาง ๔. มีความสำคัญมาก ๕. มีความสำคัญมากที่สุด โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการพัฒนาจิตวิทยาบริการ มีรายละเอียดดังในตารางที่ ๔.๙

ตารางที่ ๔.๙ แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยในด้านแนวปฏิบัติในการให้การบริการตามหลักจิตวิทยาบริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะ และแนวปฏิบัติในการให้บริการ	น้อยมาก	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	$\overline{X}$	S.D.	ระดับค่าเฉลี่ย
๑. การบริการด้วยการแต่งกายที่สุขภาพ สะอาด เรียบร้อย	-	๒	๑๐	๗๑	๑๒๑	๒๐๔	๔.๕๒	๐.๖๓	มากที่สุด
	-	๑.๐	๔.๙	๓๔.๘	๕๙.๓	๑๐๐.			
๒. บริการด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส	๑๙	๗๕	๗๓	๒๔	๑๓	๒๐๔	๒.๖๙	๑.๐๑	ปานกลาง
	๙.๓	๓๖.๘	๓๕.๘	๑๑.๘	๖.๔	๑๐๐.			
๓. บริการด้วยการพูดจาที่ไพเราะ	-	๓	๓๖	๙๖	๖๙	๒๐๔	๔.๑๓	๐.๗๔	มาก
	-	๑.๕	๑๗.๖	๔๗.๑	๓๓.๘	๑๐๐.			
๔. บริการด้วยการระมัดระวังคำพูด และใช้คำที่สุภาพนุ่มนวล	๒๕	๘๖	๕๐	๒๘	๑๕	๒๐๔	๒.๖๑	๑.๐๙	ปานกลาง
	๑๒.๓	๔๒.๒	๒๔.๕	๑๓.๗	๗.๕	๑๐๐.			
๕. บริการด้วยการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างทันทีด้วยความเต็มใจ	๓๐	๘๔	๕๒	๒๙	๙	๒๐๔	๒.๕๒	๑.๐๔	ปานกลาง
	๑๔.๗	๔๑.๒	๒๕.๕	๑๔.๒	๔.๔	๑๐๐.			
๖. บริการด้วยการมีไมตรีจิตให้ผู้รับบริการรู้สึกอบอุ่นใจ	๓๑	๗๓	๕๑	๓๙	๑๐	๒๐๔	๒.๖๒	๑.๑๐	ปานกลาง
	๑๕.๒	๓๕.๘	๒๕.๐	๑๙.๑	๔.๙	๑๐๐.			
๗. รับฟังข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข	-	-	๑๓	๗๔	๑๑๗	๒๐๔	๔.๕๐	๐.๖๑	มาก
	-	-	๖.๔	๓๖.๓	๕๗.๔	๑๐๐.			

ลักษณะ และแนวปฏิบัติในการให้บริการ	น้อยมาก	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	$\overline{X}$	S.D.	ระดับค่าเฉลี่ย
๘. ช่วยถือของให้อย่างเต็มใจเมื่อผู้รับ บริการต้องการด้านการแต่งกาย สีหน้า แววตา ท่าทาง และการพูดจา	-	-	๑๖	๗๗	๑๑๑	๒๐๔	๔.๔๖	๐.๖๓	มาก
	-	-	๗.๘	๓๗.๗	๕๔.๔	๑๐๐.			
๙. ให้บริการผู้รับบริการตรงตามความต้องการ	-	-	๑๖	๙๓	๙๕	๒๐๔	๔.๓๘	๐.๖๒	มาก
	-	-	๗.๘	๔๕.๖	๔๖.๖	๑๐๐.			
๑๐. ให้บริการตามเวลาที่ให้สัญญาไว้กับผู้รับบริการ	-	-	๑๑	๘๙	๑๐๔	๒๐๔	๔.๔๕	๐.๕๙	มาก
	-	-	๕.๔	๔๓.๖	๕๑.๐	๑๐๐.			
๑๑. ให้บริการอย่างเอาใจใส่	-	-	๑๓	๘๐	๑๑๑	๒๐๔	๔.๔๘	๐.๖๑	มาก
	-	-	๖.๔	๓๙.๒	๕๔.๔	๑๐๐.			
๑๒. สามารถทำให้ผู้รับบริการรู้สึกไว้วางใจได้	-	-	๑๕	๗๑	๑๑๘	๒๐๔	๔.๕๐	๐.๖๓	มาก
	-	-	๗.๔	๓๔.๘	๕๗.๘	๑๐๐.			
๑๓. สร้างความประทับใจที่ดีให้ผู้รับบริการ	-	-	๑๔	๙๖	๙๔	๒๐๔	๔.๓๙	๐.๖๑	มาก
	-	-	๖.๙	๔๗.๑	๔๖.๑	๑๐๐.			
๑๔. รักษาสัมพันธภาพกับผู้รับบริการได้มั่นคง	-	๑	๒๔	๙๖	๘๓	๒๐๔	๔.๒๗	๐.๖๘	มาก
	-	๐.๕	๑๑.๘	๔๗.๑	๔๐.๗	๑๐๐.			
๑๕. ไม่รับปากหรือสัญญากับผู้รับบริการในสิ่งที่ทำไม่ได้	-	๑	๒๓	๘๒	๙๘	๒๐๔	๔.๓๕	๐.๖๙	มาก
	-	๐.๕	๑๑.๓	๔๐.๒	๔๘.๐	๑๐๐.			
๑๖. รับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการเพื่อนำมาพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้นอยู่เสมอ	-	-	๑๘	๘๑	๑๐๕	๒๐๔	๔.๔๒	๐.๖๕	มาก
	-	-	๘.๘๐	๓๙.๗	๕๑.๕	๑๐๐.			
๑๗. ทำให้ผู้รับบริการมีความระลึกถึง กลับมาใช้บริการอีก	-	๑	๓๐	๗๙	๙๔	๒๐๔	๔.๓๐	๐.๗๓	มาก
	-	๐.๕	๑๔.๗	๓๘.๗	๔๖.๑	๑๐๐.			
๑๘. ช่วยให้งานบรรลุเป้าหมายสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ	-	๒	๑๔	๙๔	๙๔	๒๐๔	๔.๓๗	๐.๖๕	มาก
	-	๑.๐	๖.๙๐	๔๖.๑	๔๖.๑	๑๐๐.			
๑๙. ช่วยให้เข้าใจคุณค่าและความสำคัญของผู้รับบริการ และการบริการที่เป็นเลิศ	-	-	๑๒	๑๑๓	๗๙	๒๐๔	๔.๓๒	๐.๕๘	มาก
	-	-	๕.๙	๕๕.๔	๓๘.๗	๑๐๐.			
๒๐. สามารถเพิ่มลูกค้าใหม่ได้หรือสามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้	-	๑	๒๐	๑๐๘	๗๕	๒๐๔	๔.๒๕	๐.๖๔	มาก
	-	๐.๕	๙.๘	๕๒.๙	๓๖.๘	๑๐๐.๐			

ลักษณะ และแนวปฏิบัติในการให้บริการ	น้อยมาก	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	$\overline{X}$	S.D.	ระดับค่าเฉลี่ย
๒๑. ปกปิดความลับของผู้รับบริการได้	๒๐	๗๐	๗๘	๒๒	๑๔	๒๐๔	๒.๗๐	๑.๐๑	ปานกลาง
	๙.๘	๓๔.๓	๓๘.๒	๑๐.๘	๖.๙	๑๐๐.			
๒๒. ให้การบริการที่ดีทำให้ลูกค้ามีความประทับใจ	-	๒	๑๑	๙๗	๙๔	๒๐๔	๔.๓๘	๐.๖๓	มาก
	-	๑.๐	๕.๔	๔๗.๕	๔๖.๑	๑๐๐.			
๒๓. ช่วยให้การบริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น จากประสบการณ์การทำงานที่มากขึ้น	-	๑	๑๖	๙๘	๘๙	๒๐๔	๔.๓๔	๐.๖๔	มาก
	-	๐.๕	๗.๘	๔๘.๐	๔๓.๖	๑๐๐.			
๒๔. การให้บริการที่ดี สร้างความเจริญรุ่งเรืองให้แก่หน่วยงาน	-	๑	๑๗	๑๐๑	๘๕	๒๐๔	๔.๓๒	๐.๖๔	มาก
	-	๐.๕	๘.๓	๔๙.๕	๔๑.๗	๑๐๐.			
๒๕.เป็นที่ปรึกษาในบางเรื่องได้	๔๘	๘๑	๔๕	๒๔	๖	๒๐๔	๒.๓๐	๑.๐๔	น้อย
	๒๓.๕	๓๙.๗	๒๒.๑	๑๑.๘	๒.๙	๑๐๐.			
รวม							๓.๙๔	๐.๗๙	มาก

***หมายเหตุ** ระดับค่าเฉลี่ย ๑.๐๐ - ๑.๕๐ = สำคัญน้อยมาก, ๑.๕๑ - ๒.๕๐ = สำคัญน้อย, ๒.๕๑ - ๓.๕๐ = สำคัญปานกลาง, ๓.๕๑ - ๔.๕๐ = สำคัญมาก, ๔.๕๑ - ๕.๐๐ = สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ ๔.๙ แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านแนวปฏิบัติในการให้การบริการตามหลักจิตวิทยาบริการ โดยภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญ อยู่ในระดับ “มาก” โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๙๔ ($\overline{X}$ =๓.๙๔, S.D = ๐.๗๙)

เมื่อพิจารณาตามรายข้อ พบว่า บริการด้วยการแต่งกายที่สุขภาพ สะอาด เรียบร้อย มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในข้อนี้มากที่สุด อยู่ในระดับ “มากที่สุด” โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๕๒ ($\overline{X}$ =๔.๕๒, S.D = ๐.๖๓)

ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ รับฟังข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข อยู่ในระดับ “มาก” โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๕๐ ($\overline{X}$ =๔.๕๐, S.D = ๐.๖๑)

ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การเป็นที่ปรึกษาในบางเรื่องได้ มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในข้อนี้ ในระดับ “น้อย” โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๒.๓๐ ($\overline{X}$ =๒.๓๐, S.D = ๑.๐๔) ตามลำดับมากไปหาน้อย

๔.๒.๔ การพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว

การพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้สอบถาม ความคิดเห็นของผู้ประกอบการท่องเที่ยว จำนวน ๒๐๔ คน ในเรื่องของแนวปฏิบัติในเรื่องของลักษณะการให้บริการตามหลักพุทธจิตวิทยา โดยแบ่งเกณฑ์คะแนนความสำคัญออกเป็น ๕ ระดับ ได้แก่ ๑. มีความสำคัญน้อยมาก ๒. มีความสำคัญน้อย ๓. มีความสำคัญปานกลาง ๔. มีความสำคัญมาก ๕. มีความสำคัญมากที่สุด โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการพัฒนาจิตวิทยาบริการ มีรายละเอียดดังใน

ตารางที่ ๔.๑๐ แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยในด้านการพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะการให้บริการตามหลักพุทธจิตวิทยา	น้อยมาก	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับค่าเฉลี่ย
๑. แสดงไมตรีและความหวังดีด้วยการช่วยเหลือโดยเต็มใจและแสดงกิริยาที่สุภาพ	๔๘	๘๑	๔๕	๒๔	๖	๒๐๔	๒.๓๐	๑.๐๔	น้อย
	๒๓.๕	๓๙.๗	๒๒.๑	๑๑.๘	๒.๙	๑๐๐.			
๒. ช่วยบอกในสิ่งที่เป็นประโยชน์กล่าววาจาสุภาพ	-	-	๙	๗๓	๑๒๒	๒๐๔	๔.๕๕	๐.๕๘	มาก
	-	-	๔.๔๐	๓๕.๘	๕๙.๘	๑๐๐.			
๓. ตั้งจิตปรารถนาดี คิดทำสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่กันมองกันในแง่ดีมีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสต่อกัน	๕๓	๙๖	๓๖	๑๓	๖	๒๐๔	๒.๑๓	๐.๙๗	น้อย
	๒๖.๐	๔๗.๑	๑๗.๖	๖.๔	๒.๙	๑๐๐.			
๔. รู้จักแบ่งปัน รู้จักให้ซึ่งกันและกัน	๒๐	๗๐	๗๘	๒๒	๑๔	๒๐๔	๒.๗๐	๑.๐๑	ปานกลาง
	๙.๘	๓๔.๓	๓๘.๒	๑๐.๘	๖.๙	๑๐๐.			
๕. เคารพรับฟังความคิดเห็นกันยึดถือหลักแห่งความดีงาม	-	-	๑๒	๘๕	๑๐๗	๒๐๔	๔.๔๖	๐.๖๐	มาก
	-	-	๕.๙	๔๑.๗	๕๒.๕	๑๐๐.			
๖. มีความประพฤติสุจริตดีงาม มีศีลหรือยึดระเบียบปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอรักษาระเบียบวินัยของส่วนรวม ไม่ทำตนให้เป็นที่น่ารังเกียจ	๕๖	๙๙	๒๓	๑๗	๙	๒๐๔	๒.๑๓	๑.๐๕	น้อย
	๒๗.๕	๔๘.๕	๑๑.๓	๘.๓	๔.๔	๑๐๐.			

ลักษณะการให้บริการตามหลักพุทธจิตวิทยา	น้อยมาก	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับค่าเฉลี่ย
๗. เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่เสียสละให้ความรู้ความเข้าใจในการบริการ	-	-	๖	๘๖	๑๑๒	๒๐๔	๔.๕๔	๐.๕๕	มาก
	-	-	๒.๙	๔๒.๒	๕๔.๙	๑๐๐.			
๘. ใช้วิธีการพูดในเชิงบวก ใช้คำสุภาพไพเราะน่าฟัง	๓๑	๗๓	๕๑	๓๙	๑๐	๒๐๔	๒.๖๒	๑.๑๐	ปานกลาง
	๑๕.๒	๓๕.๘	๒๕.๐	๑๙.๑	๔.๙	๑๐๐.			
๙. ทำประโยชน์แก่กันด้วยการช่วยเหลือช่วยแก้ไขปัญหา	๖๗	๑๑๐	๑๐	๑๑	๖	๒๐๔	๒.๐๐	๑.๖๖	น้อย
	๓๒.๘	๕๓.๙	๔.๙	๕.๔	๓.๐	๑๐๐.			
๑๐. ทำตัวให้เข้ากับผู้อื่นได้ วางตนเสมอต้นเสมอปลาย	๖๖	๑๑๗	๕	๑๐	๖	๒๐๔	๑.๘๘	๐.๘๙	น้อย
	๓๒.๔	๕๗.๔	๒.๕	๔.๙	๒.๙	๑๐๐.			
๑๑. มีความรักปรารถนาดี อยากให้ผู้อื่นมีความสุข	-	๑	๒๐	๑๐๘	๗๕	๒๐๔	๔.๒๕	๐.๖๔	มาก
	-	๐.๕	๙.๘๐	๕๒.๙	๓๖.๘	๑๐๐.			
๑๒. คิดช่วยให้พ้นทุกข์ ปลดเปลื้องบำบัดความทุกข์เดือดร้อนของผู้อื่น	๖๘	๑๒๒	๕	๕	๔	๒๐๔	๑.๗๙	๐.๗๗	น้อย
	๓๓.๓	๕๙.๘	๒.๕	๒.๕	๒.๐	๑๐๐.			
๑๓. มีความยินดีเมื่อเมื่อผู้อื่นได้ดีมีความสุข	-	-	๖	๘๑	๑๑๗	๒๐๔	๔.๕๑	๐.๕๕	มาก
	-	-	๒.๙	๓๙.๗	๕๗.๔	๑๐๐.			
๑๔. มองสรรพสิ่งอย่างเป็นกลาง หรือเห็นสิ่งต่างๆตามความเป็นจริง	๓๐	๘๔	๕๒	๒๙	๙	๒๐๔	๒.๕๒	๑.๐๔	ปานกลาง
	๑๔.๗	๔๑.๒	๒๕.๕	๑๔.๒	๔.๔	๑๐๐.			
รวม							๓.๔๕	๑.๐๘	ปานกลาง

***หมายเหตุ** ระดับค่าเฉลี่ย ๑.๐๐ - ๑.๕๐ = สำคัญน้อยมาก, ๑.๕๑ - ๒.๕๐ = สำคัญน้อย, ๒.๕๑ - ๓.๕๐ = สำคัญปานกลาง, ๓.๕๑ - ๔.๕๐ = สำคัญมาก, ๔.๕๑ - ๕.๐๐ = สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ ๔.๑๐ แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านลักษณะการให้บริการตามหลักพุทธจิตวิทยา โดยภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในระดับ “ปานกลาง” โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๔๕ ($\bar{X}$ =๓.๔๕, S.D = ๑.๐๘)

เมื่อพิจารณาตามรายข้อ พบว่า การช่วยบอกในสิ่งที่เป็นประโยชน์กล่าววาจาสุภาพ มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในข้อนี้มากที่สุด อยู่ในระดับ “มาก” โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๕๕ ($\overline{X}$ =๔.๕๕, S.D = ๐.๕๘)

ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ มีความยินดีเมื่อเมื่อผู้อื่นได้ดีมีความสุข มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในข้อนี้ ในระดับ“มาก”โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๕๔ ($\overline{X}$ =๔.๕๔, S.D = ๐.๕๕)

ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การคิดช่วยให้พ้นทุกข์ ปลดเปลื้องบำบัดความทุกข์เดือดร้อนของผู้อื่น มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในข้อนี้ ในระดับ “น้อย” โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๑.๗๙ ($\overline{X}$ =๑.๗๙, S.D = ๐.๗๗) ตามลำดับมากไปหาน้อย

๔.๒.๕ ข้อเสนอแนะ และปัญหาอุปสรรคในการให้บริการเชิงจิตวิทยา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการ และข้อเสนอแนะด้านจิตวิทยาบริการของผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยว จำนวน ๒๐๔ คน มีรายละเอียดดังในตารางที่ ๔.๑๑ และ ๔.๑๒

ตารางที่ ๔.๑๑ แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรค	N = ๑๒๒ คน	
	ความถี่	**ร้อยละ**
๑. ผู้ให้บริการบางท่านสร้างความไม่เข้าใจให้กับผู้รับบริการ ทำให้งานบริการเกิดความผิดพลาด	๕	๔.๐๙
๒. ผู้ให้บริการบางท่านยังมองปัญหาแคบ ไม่มองให้รอบด้าน	๖	๔.๙๒
๓. ผู้ให้บริการบางท่านยังรู้จักเสียสละไม่มากพอ	๗	๕.๗๔
๔. ขาดแคลนบุคคลที่มีใจรักงานด้านการบริการอย่างแท้จริง ทำให้เกิดปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ตามมา	๘	๖.๕๕
๕. การควบคุมอารมณ์ของผู้ให้บริการบางท่านยังไม่มีดี	๕	๔.๐๙
๖. นิสัยของผู้ให้บริการ นับว่าเป็นสิ่งสำคัญ	๖	๔.๙๒
๗. ผู้ให้บริการต้องมีจิตใจที่ไม่เข้าใจทุกอย่างตามความเป็นจริง และไม่ยอมรับสิ่งต่างๆที่เกิดขึ้น	๕	๔.๐๙
๘. ไม่ทราบถึงความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง	๔	๓.๒๘
๙. ข้อมูลในการให้บริการไม่สมบูรณ์ครบถ้วน	๖	๔.๙๒
๑๐. มีการบริการไม่ทั่วถึง	๕	๔.๐๙
๑๑. ต้องมีการศึกษาวิจัยประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อพัฒนางานด้านการบริการอย่างต่อเนื่อง	๗	๕.๗๔

ตารางที่ ๔.๑๑ (ต่อ)

ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรค	N = ๑๑๗ คน	
	ความถี่	ร้อยละ
๑๒. ผู้ให้บริการยังไม่เข้าใจถึงจิตใจที่แท้จริงของผู้รับบริการว่าต้องการแบบใด	๖	๔.๙๒
๑๓. จำนวนผู้ให้บริการกับผู้รับบริการไม่เหมาะสมในอัตราส่วนในบางพื้นที่	๕	๔.๐๙
๑๔. อุปนิสัยลูกค้าแต่ละคน บางคนเข้าใจยาก	๖	๔.๙๒
๑๕. บางองค์กรมีระบบซับซ้อนยากเกินไป	๓	๒.๔๖
๑๖. บุคลากรด้านการบริการไม่เพียงพอ	๕	๔.๐๙
๑๗. ความคาดหวังการได้รับการบริการของลูกค้าบางรายมากเกินไป	๗	๕.๗๔
๑๘. เวลาจำกัด ส่งผลต่อการให้บริการได้ไม่ทันเวลาที่เร่งรีบ ทำให้การบริการไม่ทั่วถึง ไม่ดีพอ	๖	๔.๙๒
๑๙. ผู้ให้บริการไม่ทราบถึงเป้าหมายที่แท้จริงขององค์กร	๕	๔.๐๙
๒๐. การใช้คำพูดบางคำ อาจสื่อสารกันคนละอย่างทำให้เกิดปัญหาขึ้นได้	๔	๓.๒๘
๒๑. มลภาวะทางเสียง ทำให้การสื่อสารผิดพลาดเมื่อเกิดเสียงอื่นดัง	๒	๑.๖๔
๒๒. ขาดผู้มีความรู้ความสามารถในการให้บริการอย่างแท้จริง	๔	๓.๒๘
๒๓. ควรมีมาตรฐานของการให้บริการที่สามารถวัดได้ว่ามีคุณภาพ	๕	๔.๐๙

ตารางที่ ๔.๑๒ แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะด้านจิตวิทยาบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านจิตวิทยาบริการ	N = ๑๑๙ คน	
	ความถี่	ร้อยละ
๑. ต้องทำความเข้าใจการให้บริการในเชิงจิตวิทยา	๘	๖.๗๒
๒. รู้จักให้เกียรติผู้รับบริการให้มากที่สุด	๗	๕.๘๘
๓. มองงานบริการจากส่วนลึกจากใจที่บริสุทธิ์ ปราศจากอคติ	๕	๔.๒๐
๔. งานบริการควรมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ซึ่งกันและกัน	๖	๕.๐๔
๕. ศึกษาพฤติกรรมของผู้รับบริการ ความต้องการของลูกค้า	๘	๖.๗๒
๖. สอบถามผู้ใช้บริการ ถึงความพึงพอใจ ข้อเสนอแนะความคิดเห็นต่าง ๆ	๗	๕.๘๘

ตารางที่ ๔.๑๒ (ต่อ) แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะด้านจิตวิทยาบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านจิตวิทยาบริการ	N = ๑๑๙ คน	
	ความถี่	ร้อยละ
๗. ต้องปลูกฝังจิตวิทยาการบริการให้มากกว่า คำว่า "หน้าที่"	๗	๕.๘๘
๘. ต้องมีการประเมิน วัดผลงานด้านการบริการอย่างต่อเนื่อง	๘	๖.๗๒

๔.๒.๖ ผลวิเคราะห์การพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว

๔.๒.๖.๑ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์แบบเชิงลึกและการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง

การผสมผสานโดยเป็นการสรุปผลตีความการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยผลการวิจัยเชิงปริมาณตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยใช้แบบแผนเชิงผสมผสานแบบอธิบาย (Sequential Exploratory Design) เพื่อให้การวิจัยเรื่องการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวครอบคลุมครบถ้วน ผลจากการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จำนวน ๑๐ คน และการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (Focus Group Discussion) เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ โดยเป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในประเด็นปัญหาที่เฉพาะเจาะจงในเรื่องนี้ ผู้สนทนาได้แสดงความคิดเห็นอย่างกว้างขวางละเอียดลึก ซึ่งมีการจัดเวทีสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) เมื่อวันที่ ๕ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๕๘ เวลา ๑๓.๐๐ - ๑๖๐๐ น. ณ วัดสุทธิวราราม กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๑๐ คน โดยมีคุณสมบัติ คือ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ค้นพบความสอดคล้องของเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) มีรายละเอียดดังนี้

แนวคิดและความสำคัญของจิตวิทยาบริการ

แนวคิดและความสำคัญของจิตวิทยาบริการ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (Focus Group Discussion) ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี นำข้อมูลมาวิเคราะห์ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๑. การบริการให้เกิดคุณภาพ และมีประสิทธิภาพ แนวคิดและความสำคัญของจิตวิทยาบริการนั้นเป็นศาสตร์ที่มุ่งศึกษาพฤติกรรมของผู้ให้บริการให้มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพ ที่เกี่ยวกับด้านความรู้สึกนึกคิดจิตใจ โดยการศึกษานี้จะครอบคลุมทั้งพฤติกรรมของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ เพื่อสามารถอำนวยความสะดวกให้ความช่วยเหลือ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด ผู้ให้บริการจึงต้องนำจิตวิทยาบริการมาใช้ในอาชีพการบริการ ดังตัวอย่างข้อความ

"จิตวิทยาบริการเป็นศาสตร์ที่มุ่งศึกษาพฤติกรรมของผู้ให้บริการให้มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพให้มากที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด"[๑]

"ผู้ให้บริการต้องเรียนรู้ถึงความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างแท้จริง เพื่อเป็นการบริการที่ดีมีคุณภาพ จึงต้องนำจิตวิทยาบริการมาใช้นับว่ามีความสำคัญมาก ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ"[๒]

"จิตวิทยาบริการมีขึ้นเพื่อให้ได้มาซึ่งการบริการที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ โดยการศึกษาวิเคราะห์เพื่ออธิบายและควบคุมพฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล"[๓]

"เมื่อผู้รับบริการได้รับความสุขจึงต้องศึกษาพฤติกรรมทางด้านการให้บริการ เพื่อให้การบริการนั้นมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพมากที่สุด ทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ ทั้งผู้รับและผู้ให้"[๔]

๒. การใช้องค์ความรู้เรื่องของจิตใจ แนวคิดและความสำคัญของจิตวิทยาบริการ จิตวิทยาบริการต้องใช้องค์ความรู้ด้านจิตใจของมนุษย์มาประกอบการให้บริการเป็นการใช้หลักจิตวิทยานั่นเอง ยิ่งเป็นอาชีพการให้บริการที่เป็นสิ่งที่เกี่ยวพันธ์ในด้านจิตใจของมนุษย์ยิ่งต้องนำมาใช้ อาชีพนี้ต้องเข้าให้ถึงจิตใจของคนให้มากที่สุด จึงจะพัฒนางานด้านบริการได้ดี ผู้ที่มีจิตใจที่ดีเมื่อทำสายอาชีพนี้ ทำให้งานด้านนี้ราบรื่น เรียบร้อย เพราะได้นำจิตวิทยาบริการมาใช้ปฏิบัติงาน ดังตัวอย่างข้อความ

"จิตวิทยาบริการเป็นศาสตร์ที่เกี่ยวกับด้านความรู้สึกนึกคิด จิตใจ เมื่อมีความรู้ด้านจิตใจของบุคคลตามหลักจิตวิทยาแล้ว ย่อมทำให้สามารถทำงานได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น"[๕]

"การให้บริการที่ดีต้องคำนึงถึงจิตวิทยาบริการ ซึ่งเป็นการศึกษาเรื่องที่เกี่ยวกับจิตใจ กระบวนการความคิด พฤติกรรมของบุคคล"[๖]

"จิตวิทยาการบริการ เกี่ยวกับเรื่องของจิตใจ การอ่านใจคนออก เอาใจคนเป็น รักษาสัจจะวาจาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการได้ การบริการที่ดี ไม่หวังหรือต้องการอะไรจากผู้รับบริการทำหน้าที่ให้ดีที่สุด มันคือมูลค่าทางเศรษฐกิจของสินค้าและบริการ"[๗]

"จิตวิทยาบริการต้องใช้จิตใจ และการใช้องค์ความรู้ด้านจิตใจของมนุษย์มาประกอบการให้บริการ ยิ่งเป็นอาชีพการให้บริการที่เป็นสิ่งที่เกี่ยวพันธ์ในด้านจิตใจของมนุษย์ยิ่งต้องนำมาใช้ อาชีพ

---

[๑] สัมภาษณ์, ก. ๘.

[๒] สัมภาษณ์, ก. ๑๐.

[๓] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๑.

[๔] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๗.

[๕] สัมภาษณ์, ก. ๓.

[๖] สัมภาษณ์, ก. ๘.

[๗] สัมภาษณ์, ก. ๗.

นี้ต้องเข้าให้ถึงจิตใจของคนให้มากที่สุด จึงจะพัฒนางานได้ดียิ่งขึ้นไป ผู้ที่มีจิตใจที่ดีเมื่อทำสายอาชีพนี้ทำให้งานด้านนี้ราบรื่น เรียบร้อย เพราะได้นำจิตวิทยาบริการมาใช้ปฏิบัติ มีความเข้าใจในหลักการการให้บริการที่ดีอย่างแท้จริง”[๘]

“จิตวิทยาบริการเป็นการศึกษาในเรื่องของจิตที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริการ ซึ่งถือว่ามีความสำคัญมาก เนื่องจากการกระทำใดๆ ของมนุษย์นั้นต้องเริ่มจากความคิดภายในจิตใจก่อน จึงจะแสดงออกเป็นพฤติกรรมทั้งทางกายและวาจา ดังนั้นจึงต้องมีการศึกษาและทำความเข้าใจในเรื่องการพัฒนาจิตในการบริการ เพื่อให้เอื้อต่อการบริการที่เหมาะสม ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการและผู้รับบริการ อันจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง”[๙]

“การมีจิตวิทยาในการให้การบริการด้วยใจ เต็มใจ ในการให้บริการ อย่าคิดว่าเป็นการเสียเปรียบ เป็นการทำสิ่งที่ดีให้ต่อกัน การใช้จิตวิทยาบริการนั้นมีเพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพของการบริการให้ดียิ่งขึ้นไป แต่ก็ต้องอาศัยความจริงใจในการให้บริการด้วย”[๑๐]

“การให้บริการที่ดีนั้น เป็นการกระทำด้วยความเต็มใจ และจริงใจในการให้บริการ ในการพบเจอลูกค้าในรูปแบบที่หลากหลาย ที่แตกต่างกันไป”[๑๑]

“จิตวิทยาบริการถือได้ว่าเป็นหัวใจของการบริการ เป็นการบริการด้วยใจ ทำให้ชีวิตมีความสุขมากขึ้น ใส่ใจ จริงใจ แลมีความเต็มใจในการบริการ มีแต่สิ่งที่ดีแสดงออกต่อกันทั้งทางกาย วาจา และใจ”[๑๒]

“มีการสร้างความประทับใจให้กับผู้รับบริการ มีการนำจิตวิทยาบริการมาปรับใช้โดยอาศัยหลักความจริงใจ และความเต็มใจในการให้บริการ”[๑๓]

“การบริการที่ดีนั้นควรมีความจริงใจ รักษาสัจจะ กับลูกค้าให้ได้มากที่สุด ให้มีหัวใจในการให้บริการ เป็นการบริการด้วยความเต็มใจในการทำงาน”[๑๔]

๓. กระบวนการบริหาร และการจัดการระบบการบริการ แนวคิดและความสำคัญของจิตวิทยาบริการ จิตวิทยาบริการถือว่าเป็นการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการบริหารและการจัดการระบบการบริการ เพื่อให้ได้มาซึ่งการบริการที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ สร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการให้ได้มากที่สุด ทำให้งานด้านการบริการประสบผลสำเร็จ ดังตัวอย่างข้อความ

“จิตวิทยาบริการถือว่าเป็นการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการบริหารและการจัดการระบบการบริการ เพื่อให้ได้มาซึ่งการบริการที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพให้ได้มากที่สุด โดยการคำนึงความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นสำคัญ” [๑๕]

---

[๘] สัมภาษณ์, ก. ๕.

[๙] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๓.

[๑๐] สัมภาษณ์, ก. ๑.

[๑๑] สัมภาษณ์, ก. ๑๐.

[๑๒] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๒.

[๑๓] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๖.

[๑๔] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๔.

[๑๕] สัมภาษณ์, ก. ๔.

"อาชีพการบริการด้านท่องเที่ยว ช่วยทำให้ทราบว่า ควรมีกระบวนการบริหารและการจัดการระบบการบริการ และดำเนินการอย่างไร ถึงจะสามารถก่อให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งสร้างความพึงพอใจ และความประทับใจให้กับผู้รับบริการได้"[๑๖]

"จิตวิทยาบริการเป็นการศึกษาพฤติกรรมด้านต่างๆ การแสดงออกของมนุษย์ เพื่อสื่อให้เกิดความเข้าใจถึงลักษณะที่แสดงออกมา สามารถอธิบายถึงสาเหตุของพฤติกรรม มีความสำคัญต่อการบริการต่อกระบวนการบริหารการจัดระบบการบริหารด้านการบริการ"[๑๗]

๔. ทำให้เกิดความพึงพอใจ เกิดความสุข และเกิดความประทับใจในการบริการ แนวคิดและความสำคัญของจิตวิทยาบริการ เป็นการนำจิตวิทยาบริการมาใช้ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ แสดงออกด้วยการแต่งกาย กิริยาท่าทาง และวิธีการพูดจาที่สุภาพ แสดงพฤติกรรมการบริการเป็นการแสดงออกมีมิตรไมตรีต่อกัน อันเป็นพฤติกรรมที่ดีสร้างความสุข ทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจให้มากที่สุด ในการให้บริการ ดังตัวอย่างข้อความ

"การนำจิตวิทยาบริการมาใช้ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ และเกิดความสุขถือว่าเป็นหลักสำคัญ รวมทั้งการให้บริการด้วยการแสดงออกด้วยการแต่งกาย กิริยาท่าทาง และวิธีการพูดจา รวมถึงการแสดงพฤติกรรมการบริการเป็นการแสดงออกด้านการแต่งกาย สีหน้า แววตา กิริยาท่าทาง และการพูดจา การปฏิบัติการในการให้บริการ อันเป็นพฤติกรรมที่ดีย่อมสร้างความสุขและเกิดความประทับใจให้กับผู้รับบริการ"[๑๘]

"จิตวิทยาการมีขึ้นเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดสุขใจ และมีความประทับใจ จิตวิทยาบริการมีขึ้นเพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพของการบริการ ด้วยกลยุทธ์การบริการที่สร้างความประทับใจ"[๑๙]

"อาชีพการบริการด้านท่องเที่ยว ช่วยทำให้ทราบว่า ควรมีการดำเนินการอย่างไร ถึงจะสามารถก่อให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งสร้างความพึงพอใจ และความประทับใจให้กับผู้รับบริการ"[๒๐]

"กลยุทธ์การบริการที่สร้างความประทับใจ และมีคุณธรรม การบริการที่เต็มที่ถือเป็นคุณค่าที่ดีงาม ซึ่งตีออกมาเป็นราคาไม่ได้"[๒๑]

"จิตวิทยาบริการ คือการแสดงพฤติกรรมให้กับผู้รับบริการได้รับความสุข เป็นการปรับการบริการต่างๆ ให้ดียิ่งๆ ขึ้นไป"[๒๒]

"จิตวิทยาบริการเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก เป็นการให้การบริการที่นอกเหนือจากการบริการทั่วๆ ไป การนำจิตวิทยาบริการมาใช้ปฏิบัติงาน สามารถสร้างความพึงพอใจกับผู้รับบริการได้อย่างดี เพื่อให้ผู้รับบริการมีความสุข และเกิดความประทับใจ"[๒๓]

---

[๑๖] สัมภาษณ์, ข. ๘.

[๑๗] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๒.

[๑๘] สัมภาษณ์, ก. ๓.

[๑๙] สัมภาษณ์, ก. ๔.

[๒๐] สัมภาษณ์, ก. ๘.

[๒๑] สัมภาษณ์, ก. ๑.

[๒๒] สัมภาษณ์, ก. ๒.

"จิตวิทยาบริการจะช่วยให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด มีการปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น ถือเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจและความสุขใจให้กับผู้รับบริการให้มากที่สุด"[๒๔]

"การบริการการท่องเที่ยวคือการนำพาความสุขใจให้กับผู้รับบริการให้มีความประทับใจในระหว่างการท่องเที่ยว ที่ยังไม่รวมถึงที่เป็นรูปธรรม เป็นการใช้จิตวิทยาในการให้บริการที่จะทำให้ผู้รับบริการมีความสุข มีความประทับใจอย่างไรในระหว่างการเดินทาง"[๒๕]

"เมื่อผู้รับบริการได้รับความพึงพอใจจากการบริการนำไปสู่การตอบสนองที่ตรงเป้าหมายถือว่าเป็นการบริการที่ดีมีคุณภาพ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ หากผู้รับบริการมีความต้องการอะไร ให้ความช่วยเหลือเพื่อให้ผู้รับบริการมีความสุข เกิดความประทับใจจากการให้บริการที่ทำดีที่สุด"[๒๖]

"ยิ่งประเทศไทยถือว่าเป็นสยามเมืองยิ้ม แสดงถึงความมีมิตรไมตรีจิตต่อกัน ซึ่งสามารถสร้างความพึงพอใจ และความประทับใจให้กับผู้รับบริการได้ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวอยากกลับมาเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น"[๒๗]

๕. การใช้หลักพุทธจิตวิทยาการบริการพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น แนวคิดและความสำคัญของจิตวิทยาบริการ โดยอาชีพการให้บริการต้องเข้าให้เข้าใจจิตใจผู้รับบริการให้มากที่สุด และควรมีการต่อยอดเรียนรู้ในเรื่องจิตวิทยาบริการ เพื่อเป็นการพัฒนาการบริการในสายอาชีพนี้ต่อไป ดังตัวอย่างข้อความ

"จิตวิทยาบริการเป็นการไขว่คว้าหาความรู้ในการพัฒนางานด้านบริการให้ดียิ่งขึ้นไป"[๒๘]

"อาชีพการให้บริการนี้ต้องเข้าให้ถึงจิตใจของคนให้มากที่สุด จึงจะพัฒนางานความรู้ด้านการบริการได้ดียิ่งขึ้นไป ผู้ที่มีจิตใจที่ดีเมื่อทำสายอาชีพนี้ ทำให้งานด้านนี้ราบรื่น เรียบร้อย เพราะได้นำจิตวิทยาบริการมาใช้ปฏิบัติ มีความเข้าใจในหลักการการให้บริการที่ดีอย่างแท้จริง"[๒๙]

"ควรมีการต่อยอดเรียนรู้ในเรื่องจิตวิทยาบริการทั้งปริญญาตรี โท เอก เพื่อเป็นการพัฒนาจิตวิทยาบริการที่แท้จริง"[๓๐]

"เพื่อพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น ควรศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งการศึกษา รวมทั้งหลักธรรมะ ที่สามารถนำมาพัฒนาทั้งตนเองและผู้อื่นได้ตลอดเวลา"[๓๑]

๖. การรักษาสัมพันธภาพกับผู้รับบริการบริการได้มั่นคง แนวคิดและความสำคัญของจิตวิทยาบริการ โดยการนำจิตวิทยาบริการมาใช้เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีความมั่นคงและ

---

[๒๓] สัมภาษณ์, ก. ๖.

[๒๔] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๘.

[๒๕] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๙.

[๒๖] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๗.

[๒๗] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๖.

[๒๘] สัมภาษณ์, ก. ๑.

[๒๙] สัมภาษณ์, ก. ๕.

[๓๐] สัมภาษณ์, ก. ๒.

[๓๑] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๑.

ยั่งยืน ผู้ให้บริการแต่ละคนต้องเข้าใจบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบในงานบริการเป็นอย่างดี สามารถรักษาสัมพันธภาพกับผู้รับบริการได้ ก่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพการบริการให้ดีขึ้น ดังตัวอย่างข้อความ

"การนำจิตวิทยาบริการมาใช้เป็นการส่งเสริมด้านการบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีความมั่นคง และยั่งยืน ได้มากยิ่งขึ้น โดยการนำมาปรับใช้ในเหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสายงานการบริการด้านท่องเที่ยว[๓๒]

"ผู้ให้บริการแต่ละคนต้องเข้าใจบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบในงานบริการเป็นอย่างดี สามารถรักษาสัมพันธภาพกับผู้รับบริการได้มั่นคง"[๓๓]

"จิตวิทยาบริการก่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพการบริการให้ดีขึ้น โดยเข้าใจบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบของตนเอง และสามารถรักษาความสัมพันธ์กับผู้รับบริการไว้ได้"[๓๔]

๗. การอำนวยความสะดวกสบายให้กับลูกค้า แนวคิดและความสำคัญของจิตวิทยาบริการ เป็นเรื่องที่ผู้ให้บริการต้องเรียนรู้ และเป็นการปฏิบัติต่อผู้รับบริการที่ถูกต้อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ อำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ เป็นการให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์กับผู้รับบริการ เพื่อให้งานดำเนินไปได้อย่างราบรื่น ดังตัวอย่างข้อความ

"จิตวิทยาบริการเป็นเรื่องที่ผู้ให้บริการต้องรู้ และเรียนรู้ในการปฏิบัติต่อผู้รับบริการเพื่ออำนวยความสะดวกตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ"[๓๕]

"จิตวิทยาบริการเป็นการบริการให้ผู้รับบริการได้รับความสะดวกสบายทั้งกายและใจนั้นเป็นสิ่งสำคัญ"[๓๖]

"จิตวิทยาบริการเป็นการให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นโดยการให้ความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความถูกต้องแม่นยำ เป็นต้น"[๓๗]

"จิตวิทยาบริการเป็นการให้ความสะดวก เพื่อให้งานดำเนินไปได้อย่างราบรื่น ถูกต้องและแม่นยำให้มากที่สุด เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ"[๓๘]

๘. การให้คำปรึกษาจากการบริการ แนวคิดและความสำคัญของจิตวิทยาบริการเป็นการให้บริการที่ดี ทำให้ผู้รับบริการเกิดความสุข สามารถให้คำปรึกษาได้ในบ้าง แก้ปัญหาได้ในบางเรื่อง เมื่อลูกค้ามีความตรึงเครียด ทำให้รู้สึกสบายใจ คลายทุกข์คลายความวิตกกังวลให้กับผู้รับบริการ ส่งผลทำให้ผู้รับบริการกลับมาใช้บริการหน่วยงานอีกครั้ง ทำให้งานบรรลุเป้าหมาย ดังตัวอย่างข้อความ "การให้บริการที่ดี เป็นการทำให้ผู้รับบริการเกิดความสุข ทั้งการให้คำปรึกษาได้ในบาง

---

[๓๒] สัมภาษณ์, ก. ๖.

[๓๓] สัมภาษณ์, ก. ๒.

[๓๔] สัมภาษณ์, ก. ๑.

[๓๕] สัมภาษณ์, ก. ๔.

[๓๖] สัมภาษณ์, ก. ๖.

[๓๗] สัมภาษณ์, ก. ๒.

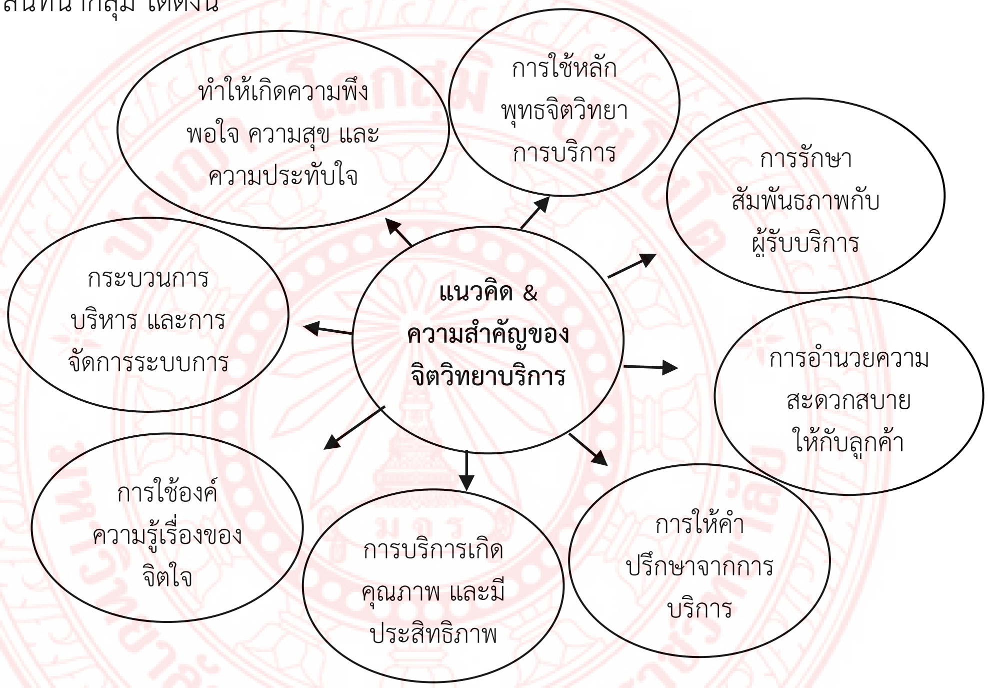
[๓๘] สัมภาษณ์, ก. ๑๐.

เรื่องเมื่อลูกค้ามีความตรึงเครียด ผู้ให้บริการเองต้องเข้าใจ ยอมรับทุกอย่างตามความเป็นจริง ช่วยให้ผู้รับบริการคลายความทุกข์ใจได้บ้าง”[๓๙]

“สามารถแก้ปัญหาให้ผู้รับบริการได้บ้าง ให้ผู้รับบริการสบายใจบ้าง คลายทุกข์คลายความวิตกกังวลให้กับผู้รับบริการได้บ้าง เท่ากับว่าได้ทำบุญเพิ่มทุกวัน อาชีพนี้นับว่าเป็นอาชีพที่ปรารถนาอยากให้ผู้อื่นนั้นมีความสุข”[๔๐]

“การผ่อนคลายความตึงเครียดของผู้รับบริการได้ แล้วผู้รับบริการจะกลับมาหาหน่วยงานอีกแน่นอน ช่วยให้งานบรรลุเป้าหมาย”[๔๑]

ดังแสดงแผนภาพ สรุป แนวคิด และความสำคัญของจิตวิทยาบริการ จากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม ได้ดังนี้



แสดงแผนภูมิ ๔.๑ สรุป แนวคิด และความสำคัญของจิตวิทยาบริการ

สรุปได้ว่า แนวคิดและความสำคัญของจิตวิทยาบริการ เป็นศาสตร์ที่มุ่งศึกษาเรื่องที่เกี่ยวกับจิตใจ เป็นกระบวนการทางความคิด และพฤติกรรมของบุคคลที่รับบริการที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการบริหารการจัดการระบบการบริการ เป็นการอำนวยความสะดวกสบาย เสียสละเพื่อผู้รับบริการ ทั้งกายใจ เพื่อให้ได้บริการให้มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพมากที่สุด สามารถให้คำปรึกษาจากการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังผู้รับบริการทำให้เกิดความพึงพอใจ เกิดความสุข และเกิดความประทับใจ ไว้วางใจ มั่นใจกลับมาใช้การบริการกับหน่วยงานเท่ากับเป็นการการรักษาสัมพันธภาพกับผู้รับบริการบริการได้มั่นคง โดยการใช้หลักพุทธจิตวิทยาการบริการพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้นไป

---

[๓๙] สัมภาษณ์, ก. ๒.

[๔๐] สัมภาษณ์, ก. ๕.

[๔๑] สัมภาษณ์, ก. ๙.

จิตวิทยาบริการกับการบริการด้านท่องเที่ยว

จิตวิทยาบริการกับการบริการด้านท่องเที่ยว จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (Focus Group Discussion) ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี นำข้อมูลมาวิเคราะห์ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๑. ส่งเสริมอาชีพการบริการกับการท่องเที่ยว จิตวิทยาบริการนั้นส่งเสริมอาชีพการบริการด้านท่องเที่ยวอย่างมาก เพราะอาชีพการบริการด้านท่องเที่ยวต้องนำพื้นฐานของการนำจิตวิทยาบริการมาใช้ให้บริการ ใช้ปฏิบัติในการทำงานได้ เพื่อส่งเสริมอาชีพการบริการให้ก้าวหน้า ดังตัวอย่างข้อความ

“การใช้จิตวิทยาบริการนั้นส่งเสริมอาชีพการบริการด้านท่องเที่ยวอย่างมาก เพราะอาชีพการบริการด้านท่องเที่ยวต้องนำพื้นฐานของการนำจิตวิทยาบริการมาใช้ในการปฏิบัติการให้การบริการ สร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้มากที่สุด”[๔๒]

“พื้นฐานของการให้บริการที่ดีคือ การรู้จักนำจิตวิทยาบริการมาใช้ปฏิบัติงานจริง เพื่อส่งเสริมอาชีพการบริการให้มีความก้าวหน้า”[๔๓]

“จิตวิทยาบริการมีความจำเป็นยิ่งในการบริการการท่องเที่ยว ถือเป็นพื้นฐานของการให้บริการ เพราะกิจการการท่องเที่ยวมีการให้การบริการเป็นหลัก”[๔๔]

๒. การท่องเที่ยวต้องนำเทคนิคจิตวิทยาบริการมาใช้ จิตวิทยาบริการกับการบริการด้านท่องเที่ยว มีการนำเทคนิคในการให้บริการมาใช้ปฏิบัติในงานการบริการได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม เพื่อให้ผู้รับบริการได้ประโยชน์ ตรงตามความต้องการของลูกค้า และการนำหลักธรรมในทางพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้ในอาชีพการให้บริการ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ดังตัวอย่างข้อความ

“การมีเทคนิคในการให้บริการ ปฏิบัติงานถูกต้องเหมาะสม เพื่อให้ผู้รับบริการได้ประโยชน์ ตรงตามความต้องการของลูกค้า”[๔๕]

“ในการใช้เทคนิคในการให้บริการ เช่น การนำหลักธรรมในทางพุทธศาสนามาปรับใช้ในอาชีพการให้บริการ ย่อมส่งผลดีได้ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว”[๔๖]

“การใช้จิตวิทยาในการเข้าถึงความต้องการของลูกค้า เข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์หรือการบริการ การใช้จิตวิทยาบริการเป็นเทคนิค เป็นตัวช่วยในการส่งเสริมการบริการ

---

[๔๒] สัมภาษณ์, ก. ๓.

[๔๓] สัมภาษณ์, ก. ๑.

[๔๔] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๘.

[๔๕] สัมภาษณ์, ก. ๓.

[๔๖] สัมภาษณ์, ก. ๗.

เพื่อเป็นไปในทางที่ดีกว่า หรือสูงกว่า เป็นสิ่งที่ช่วยเติมเต็มให้เกิดความพึงพอใจกับลูกค้า ซึ่งถือว่ามีความสำคัญต่อการบริการอย่างยิ่ง”[๔๗]

๓. การใช้ประสบการณ์ที่ผ่านมาปรับปรุงการบริการ จิตวิทยาบริการกับการบริการด้านท่องเที่ยว ต้องมีการบริการที่ดี ต้องมีความรู้ เพื่อสร้างคุณภาพในการบริการ โดยการใช้จิตวิทยาบริการให้เข้าถึงลูกค้า ประสบการณ์จะช่วยให้มีการปรับปรุงการบริการให้ดียิ่งขึ้น ดังตัวอย่างข้อความ

“สิ่งสำคัญคือผู้ให้บริการต้องมีการบริการที่ดี มีคุณภาพ โดยการใช้จิตวิทยาบริการให้เข้าถึงลูกค้า ประสบการณ์จะช่วยให้มีการปรับปรุงการบริการให้ดียิ่งขึ้น”[๔๘]

“การบริการด้านการท่องเที่ยวเป็นงานการให้บริการ ผู้ทำงานด้านการท่องเที่ยวต้องมีความรู้ ต้องมีประสบการณ์การทำงานมากขึ้น ปรับปรุงแก้ไขให้งานมีคุณภาพตรงกับความต้องการของลูกค้า”[๔๙]

“อาชีพการให้บริการที่ดีต้องยิ้มเข้าไว้ ได้ช่วยเหลือลูกค้าด้วยใจจริง สิ่งดีๆ จะสะท้อนกลับมาเป็นความทรงจำ และเป็นประสบการณ์ที่ดีให้กับตนเอง”[๕๐]

“รู้จักใช้ประสบการณ์ที่ผ่านมาปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้น ส่งผลดีในภาพรวมต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องให้ได้รับผลไปด้วย”[๕๑]

“ได้นำการพัฒนาจิตวิทยามาปรับใช้อย่าง ใช้ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ทำงานที่ผ่านมา”[๕๒]

๔. การท่องเที่ยวต้องเรียนรู้จิตวิทยาบริการมาดี จิตวิทยาบริการกับการบริการด้านท่องเที่ยว เป็นการบริการเพื่อตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า เมื่อมีการเรียนรู้จิตวิทยาบริการมาดี เรียนรู้มาก ยิ่งรู้มากยิ่งดี มีสัจจะรักษาคำพูดกับลูกค้า พูดจริง ทำจริง มีความจริงใจ มีความซื่อสัตย์ ย่อมส่งผลดีต่อการการบริการด้านการท่องเที่ยว ดังตัวอย่างข้อความ

“การมีจิตวิทยาในการบริการเป็นการตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า เมื่อมีการเรียนรู้จิตวิทยาบริการมาดี เรียนรู้มาก ยิ่งรู้มากยิ่งดี รู้ให้เป็นเชิงลึก รู้ลึกรู้จริง และทำได้จริง ที่เรียกว่าพูดจริง ทำจริง มีความจริงใจ และมีซื่อสัตย์”[๕๓]

“การจะทำอาชีพการให้บริการด้านการท่องเที่ยวนั้น สิ่งสำคัญต้องเรียนรู้จิตวิทยาบริการมาดี ยิ่งรู้มากยิ่งดี เข้าถึงจิตใจลูกค้าได้ รู้ให้เป็นเชิงลึก ทำได้จริงมีสัจจะวาจา”[๕๔]

---

[๔๗] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๘.

[๔๘] สัมภาษณ์, ก. ๒.

[๔๙] สัมภาษณ์, ก. ๔.

[๕๐] สัมภาษณ์, ก. ๙.

[๕๑] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๑๐.

[๕๒] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๙.

[๕๓] สัมภาษณ์, ก. ๔.

“จิตวิทยาบริการถือว่ามีความสำคัญต่อทุกๆ อาชีพที่เป็นสายการให้บริการ บริการด้านการท่องเที่ยวต้องเรียนรู้จิตวิทยาบริการมาดี ต้องรู้ลึกรู้จริง และทำได้จริงทำ เพื่อให้ทุกคนเกิดความประทับใจและย้อนกลับมาใช้การบริการถือว่าเป็นผลสำเร็จที่ได้รับจากการให้บริการ”[๕๕]

๕. การท่องเที่ยวเน้นการบริการที่เป็นเลิศ จิตวิทยาบริการกับการบริการด้านท่องเที่ยว โดยมีความเต็มในการให้บริการที่เป็นเลิศที่ดีที่สุด ด้วยการมีมิตรไมตรีกับลูกค้าถือเป็นหัวใจของการบริการด้านท่องเที่ยว รู้จักเสียสละ รู้จักให้ แบ่งปัน ไม่เอารัดเอาเปรียบ มีสิ่งดีให้กันและกัน ดังตัวอย่างข้อความ

“การนำหลักจิตวิทยามาใช้ในการการบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจในการบริการ ยิ่งเป็นการบริการด้านการท่องเที่ยวต้องนำจิตวิทยาบริการมาใช้ ทำให้ดีที่สุด เต็มใจให้การบริการ”[๕๖]

“การบริการที่ดี โดยการใช้คำที่สุภาพอ่อนโยน ยิ้มแย้มแจ่มใส เต็มใจให้การบริการที่เป็นเลิศที่ดีที่สุด ด้วยการมีไมตรีจิตให้ต่อกัน”[๕๗]

“จิตวิทยาบริการถือเป็นหัวใจของการบริการของอาชีพการบริการด้านท่องเที่ยว การใช้จิตวิทยาบริการต้องมีการเสียสละ รู้จักให้ แบ่งปัน ไม่เอารัดเอาเปรียบ มีสิ่งดีให้กันและกัน มีความเต็มใจในการบริการที่ดีที่เป็นเลิศ”[๕๘]

“จิตวิทยาบริการถือได้ว่าเป็นหัวใจ และเต็มใจในการให้บริการ มีแต่สิ่งที่ดีแสดงออกต่อกันทั้งทางกาย วาจา และใจ ทำให้การบริการเป็นการบริการที่เป็นเลิศได้”[๕๙]

๖. การบริการที่ดีทำให้รู้สึกอบอุ่นใจ จิตวิทยาบริการกับการบริการด้านท่องเที่ยว มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้บ้างในบางเรื่อง คอยช่วยเหลือกันและกันได้ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกอบอุ่นใจ เกิดความประทับใจ ถือว่าเป็นการบริการที่ดี มีคุณภาพ โดยการใช้จิตวิทยาบริการให้เข้าถึงลูกค้า ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกเป็นมิตร นั่นคือหลักการบริการที่ดีมีคุณภาพ ดังตัวอย่างข้อความ

“มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้บ้างในบางเรื่อง ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกอบอุ่นใจ ทำให้เกิดความประทับใจ ไม่ลืมหน่วยงานที่ให้บริการหันกลับมาใช้บริการอีก”[๖๐]

“การบริการที่ดี มีคุณภาพ โดยการใช้จิตวิทยาบริการให้เข้าถึงลูกค้า ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกเป็นมิตร รู้สึกอบอุ่นใจเหมือนเป็นพี่น้องกัน คอยช่วยเหลือกันและกันได้ นั่นคือหลักการบริการที่ดีมีคุณภาพ”[๖๑]

---

[๕๔] สัมภาษณ์, ก. ๗.

[๕๕] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๕.

[๕๖] สัมภาษณ์, ก. ๓.

[๕๗] สัมภาษณ์, ก. ๙.

[๕๘] สัมภาษณ์, ก. ๑.

[๕๙] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๒.

[๖๐] สัมภาษณ์, ก. ๙.

[๖๑] สัมภาษณ์, ก. ๒.

"การท่องเที่ยวเป็นการขายบริการ ใช้จิตวิทยาในการให้บริการที่จะทำให้ผู้รับบริการมีความสุข รู้สึกอบอุ่นใจ มีความประทับใจอย่างไรในระหว่างการเดินทาง"[๖๒]

"การบริการด้านการท่องเที่ยว คือการมีการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ หากผู้ให้บริการมีความเข้าใจถึงความต้องการของผู้รับบริการย่อมก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน ทำให้รู้สึกอบอุ่นใจต่อการบริการด้วยความเข้าใจกันและกัน"[๖๓]

๗. การบริการอย่างเอาใจใส่ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกไว้วางใจ จิตวิทยาบริการกับการบริการด้านท่องเที่ยว ต้องมีการบริการอย่างเอาใจใส่ เป็นการบริการด้วยใจ ทำให้ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกไว้วางใจได้ ไม่ว่าจะเป็นทางกาย ทางวาจา ทางด้านจิตใจ แล้วสิ่งที่ดีจะเกิดขึ้นเอง อยากกลับมาใช้บริการ ดังตัวอย่างข้อความ

"การนำหลักจิตวิทยามาใช้ในการการบริการด้านการท่องเที่ยว โดยการบริการอย่างเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการด้วยใจ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกไว้วางใจได้ อยากกลับมาใช้บริการอีกครั้ง"[๖๔]

"เมื่อผู้ให้บริการพูดดี ทำดี คิดดี ตามหลักทางพระพุทธศาสนาแล้ว มีความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ไม่ว่าจะเป็นทางกาย ทางวาจา ทางด้านจิตใจ สิ่งนั้นที่ทำจะตอบแทนผู้ให้เองไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง เช่น ได้รับความเรียบร้อยในงาน ความสงบสุขที่ได้ให้การบริการที่ดี ไม่ควรหวังผลตอบแทนแล้วสิ่งที่ดีๆ จะเกิดขึ้นเอง"[๖๕]

"การบริการอย่างเอาใจใส่ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกไว้วางใจได้ จะทำให้อาชีพการบริการถึงประสบความสำเร็จ เพราะความไว้วางใจ ทำให้ผู้รับบริการหันกลับมาใช้บริการกับหน่วยงานอีกครั้ง"[๖๖]

ดังแสดงแผนภาพ สรุป จิตวิทยาบริการกับการบริการด้านท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม ได้ดังนี้

---

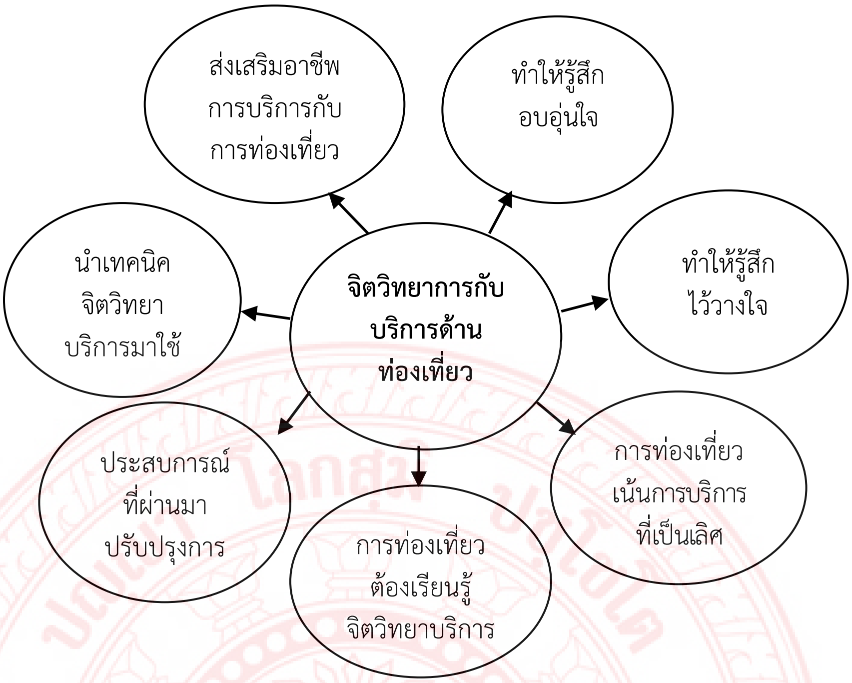
[๖๒] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๙.

[๖๓] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๓.

[๖๔] สัมภาษณ์, ก. ๓.

[๖๕] สัมภาษณ์, ก. ๕.

[๖๖] สัมภาษณ์, ก. ๙.



แสดงแผนภูมิ ๔.๒ สรุป จิตวิทยาบริการกับการบริการด้านท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า จิตวิทยาบริการกับการบริการด้านท่องเที่ยว เป็นการส่งเสริมอาชีพการบริการกับการท่องเที่ยว มีการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ โดยใช้ประสบการณ์ที่ผ่านมาปรับปรุงการบริการให้ดียิ่งขึ้นไป ด้านการท่องเที่ยวนั้นต้องมีการเรียนรู้จิตวิทยาบริการมาดี รู้จักใช้เทคนิคการให้บริการ เน้นการบริการที่เป็นเลิศ เป็นการบริการอย่างเอาใจใส่ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกไว้วางใจ และรู้สึกอบอุ่นใจ

หลักธรรมทางพุทธศาสนากับการประยุกต์ใช้ในอาชีพการบริการ

หลักธรรมทางพุทธศาสนากับการประยุกต์ใช้ในอาชีพการบริการ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (Focus Group Discussion) ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี นำข้อมูลมาวิเคราะห์ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๑. หลักไตรสิกขา คือ หลักอันเดียวกันกับหลักการพัฒนาความประพฤติ หรือการดำเนินชีวิตของตัวมนุษย์ ซึ่งหลักคำสอนและหลักปฏิบัติทางพุทธศาสนาที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสังคมและสะท้อนให้เห็นถึงเจตนารมณ์ของพระพุทธศาสนาในด้านความสัมพันธ์ทางสังคมได้มากที่สุด คือหลักของ ศีล สมาธิ ปัญญา มีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนตามแนวของพุทธธรรม จะเห็นได้ชัดว่าจะต้องฝึกอบรมบุคคลให้มีวินัย ให้งอกงามทางอารมณ์ และให้งอกงามทางพุทธปัญญา (เริ่มด้วยความคิดเหตุผล) หลักไตรสิกขานี้เนื่องกัน และช่วยเสริมกัน[๖๗]

---

[๖๗] พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต), **พุทธธรรม ฉบับปรับขยายความ**, พิมพ์ครั้งที่ ๓๙, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรราชวิทยาลัย, ๒๕๕๗), หน้า ๙๑๖.

การประยุกต์ใช้หลักธรรมด้านไตรสิกขาในสายอาชีพการบริการ ซึ่งเป็นที่ให้ผลได้ไม่จำกัดกาล หลักธรรมทางพุทธศาสนากับการประยุกต์ใช้ในอาชีพการบริการ ในชีวิตประจำวันในการทำงานด้านการบริการในแต่ละวันต้องรู้จักการนำหลักธรรมทางพุทธศาสนากับการประยุกต์ใช้ในอาชีพการบริการ ซึ่งให้ผลได้ไม่จำกัดกาล เมื่อทำได้รับความสำเร็จ ดังตัวอย่างข้อความ

"ในการทำงานทุกอย่างต้องใช้หลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการทำให้ชีวิตสำหรับผู้ที่ปฏิบัติได้มีชีวิตเป็นสุขเป็นปกติ มีศีล มีสมาธิ การมีสติในการทำงานให้ถูกต้องตรงตามความต้องการของลูกค้า และการใช้ปัญญา ในการแก้ปัญหางานที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ให้ผ่านพ้นไปได้ด้วยดี"[๖๘]

"นำหลักศีลธรรมมาใช้ในสายวิชาชีพทุกวิชาชีพ ใครทำได้ย่อมอยู่เป็นปกติสุข เรียกได้ว่าเป็นการนำการนำหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ตลอด เช่น หลักธรรมด้านไตรสิกขามาใช้ในสายอาชีพการบริการ ใครทำได้ย่อมอยู่เป็นปกติสุข เรียกได้ว่าเป็นการนำหลักธรรมทางพุทธศาสนากับการประยุกต์ใช้ในอาชีพการบริการในชีวิตประจำวันได้ ถือว่าเป็นอกาลิโก คือ ให้ผลได้ไม่จำกัดกาล"[๖๙]

"การปฏิบัติการในงานด้านการบริการนั้นต้องนำหลักธรรมทางพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้ เช่น หลักของการปฏิบัติด้านศีล การมีสติ และการใช้ปัญญา เพราะเป็นพื้นฐานของดำรงชีวิต และทำให้ชีวิต และการทำงาน มีปกติสุข"[๗๐]

"การมีวินัยในงานด้านการบริการ การมีจริยธรรม หรือมีศีลธรรม ไม่เบียดเบียนผู้อื่น มีการเสียสละตนเองเพื่อพัฒนางานให้ดียิ่งๆ ขึ้นไป เป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ดีเยี่ยม"[๗๑]

"การมีศีลธรรมเป็นหลักในการปฏิบัติต่อลูกค้า ทำให้สังคมการให้บริการน่าอยู่ ไม่ว่าจะทำอะไร ผู้ให้บริการต้องฝึกนิสัยตนเอง ให้เป็นคนที่มีศีลธรรม มีสติ ปัญญา ในการทำงาน ฝึกตนเอง**มี**จิตวิญญาณเป็นนักบริการที่ดี ใครพบเห็นก็เกิดความประทับใจในการบริการ สิ่งสำคัญในการให้บริการลูกค้าต้องมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ กล่าวคือ การมีศีลธรรมในการปฏิบัติต่อลูกค้านั่นเอง"[๗๒]

"การบริการอย่างมีสติ และมีปัญญา มีธรรมะหรือมีศีลธรรมเป็นหลักในการปฏิบัติงานด้านบริการถือได้ว่าที่มีประสิทธิภาพ"[๗๓]

"การปฏิบัติกับทุกคนที่เป็นลูกค้าอย่างยุติธรรม เสมอภาคกับทุกคน ไม่เลือกฐานะว่าใครมีฐานะอย่างไร ควรบริหารให้ความสุขกับลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาคกันทุกฐานะ ทุกระดับทางสังคม มีศีลธรรมประจำใจ ฝึกสติ ปัญญาในการทำงานด้วย ถือได้ว่า มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ"[๗๔]

---

[๖๘] สัมภาษณ์, ก. ๙.

[๖๙] สัมภาษณ์, ก. ๒.

[๗๐] สัมภาษณ์, ก. ๓.

[๗๑] สัมภาษณ์, ก. ๑.

[๗๒] สัมภาษณ์, ก. ๔.

[๗๓] สัมภาษณ์, ก. ๘.

[๗๔] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๓.

๒. สัปปุริสธรรม คือ คุณสมบัติของคนดี ธรรมของผู้ดี รู้หลักความจริง รู้หลักการ รู้หลักเกณฑ์ รู้กฎเกณฑ์แห่งเหตุผล และรู้หลักการที่จะทำให้ รู้ว่าจะต้องกระทำเหตุอันนี้ๆ หรือกระทำตามหลักการข้อนี้ๆ จึงจะให้เกิดผลที่ต้องการหรือบรรลุจุดหมายอันนั้นๆ รู้ความมุ่งหมาย รู้ประโยชน์ที่ประสงค์ รู้จักผลที่จะเกิดขึ้นสืบเนื่องจากการกระทำ ความรู้ ความสามารถ ความถนัด และคุณธรรม แล้วประพฤติให้เหมาะสม และรู้ที่จะแก้ไขปรับปรุงต่อไป รู้กาลเวลาอันเหมาะสม และระยะเวลาที่ควรหรือจะต้องใช้ในการประกอบกิจ ทำหน้าที่การงาน หรือปฏิบัติการต่างๆ เช่น ให้ตรงเวลา ให้เป็นเวลา ให้ทันเวลา ให้พอเวลา ให้เหมาะเวลา และการรู้จักชุมชน รู้จักที่ประชุม รู้กิริยาที่จะประพฤติต่อชุมชนนั้นๆ ว่า ชุมชนนี้เมื่อเข้าไปหา จะต้องทำกิริยาอย่างนี้ จะต้องพูดอย่างนี้ ชุมชนนี้ควรสงเคราะห์การ รู้จักบุคคล ความแตกต่างแห่งบุคคลว่า โดยอัธยาศัย ความสามารถ และคุณธรรม รู้ที่จะปฏิบัติต่อบุคคลนั้นๆ ด้วยดี ว่าควรจะคบหรือไม่ จะใช้ จะตำหนิ ยกย่อง และแนะนำสั่งสอนอย่างไร เป็นต้น[๗๕]

การประยุกต์ใช้หลักสัปปุริสธรรมในการประยุกต์ใช้ในสายวิชาชีพงาน เป็นหลักธรรมในการประพฤติธรรม การมีเหตุผล มีจุดมุ่งหมาย รู้จักตน รู้จักประมาณ รู้จักกาล รู้จักที่ประพฤติต่อชุมชน ในที่ประชุม และรู้จักความแตกต่างระหว่างบุคคล เมื่อปฏิบัติได้ย่อมส่งผลดีต่อผู้ปฏิบัติงานทางด้านการบริการ เข้าใจและเรียนรู้หลักปฏิบัติของทางพระศาสนาพุทธ เพราะหลักธรรมมีทั้งเหตุและผลของการปฏิบัติเสมอ ดังตัวอย่างข้อความ

“ควรใช้หลักธรรม นำมาประยุกต์ใช้ในอาชีพการบริการ กล่าวคือ ธรรมที่ทำให้เกิดผลดีเป็นธรรมของคนดี การรู้จักเหตุและผล มีจุดมุ่งหมายในการทำงาน รู้จักตนเอง รู้จักประมาณว่าสิ่งใดควรทำ สิ่งใดไม่ควรทำ รู้จักกาลเทศะ รู้จักวางตนในการประพฤติต่อชุมชนและในที่ประชุม และต้องรู้จักความแตกต่างระหว่างบุคคลแต่ละบุคคลว่าเป็นเช่นไร”[๗๖]

“การนำหลักธรรมทางพุทธศาสนาประยุกต์ใช้เข้ามาใช้ในอาชีพการบริการนั้น ตามหลักเหตุและผล ตามเหตุปัจจัยนั้นๆ คิดว่าการทำดีย่อมได้ดี เมื่อทำได้ย่อมส่งผลดีต่ออาชีพนี้ทำให้อาชีพนี้มีความเข้มแข็ง ส่งผลต่ออาชีพการงานของตนเอง ส่งผลต่อสังคม และส่งผลต่อประเทศชาติให้เจริญไป และนำหลักธรรมทางพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้ เมื่อมีการพบลูกค้าหลากหลายรูปแบบ ตั้งสติรับกับปัญหากับทุกสถานการณ์ รู้จักอดทนอดกลั้น มีความมานะพยายามรักษาหน้าที่ให้ดีที่สุด”[๗๗]

“มีการนำหลักธรรมทางพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้หลักธรรมให้ตรงกับสายอาชีพนี้ เพราะพุทธศาสนาเป็นศาสนาที่มีเหตุและผลแน่นอน ทำอย่างไรย่อมได้อย่างนั้น ทำดีย่อมได้ดี ต้องเข้าใจและเรียนรู้ เมื่อปฏิบัติได้ก็จะพบความสุขในการดำรงชีวิต และในการทำงาน เมื่อบริการผู้อื่นได้รับความสุข ผู้ให้ย่อมได้สุขใจเอง”[๗๘]

“ควรนำหลักธรรมทางพุทธศาสนาประยุกต์ใช้ในอาชีพการบริการเป็นอย่างยิ่ง พุทธศาสนานั้นถือได้ว่าเป็นศาสนาที่มีเหตุและผลถือเป็นวิทยาศาสตร์ ความเข้าใจในสิ่งที่เกิดขึ้น

---

[๗๕] พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม**, พิมพ์ครั้งที่ ๒๗, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๗), หน้า ๒๑๐.

[๗๖] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๔.

[๗๗] สัมภาษณ์, ก. ๑.

[๗๘] สัมภาษณ์, ก. ๔.

และสามารถนำมาใช้ได้ทุกยุคทุกสมัย โดยเฉพาะยิ่งการนำเสนอการบริการที่ดีที่สามารถสร้างความพึงพอใจกับลูกค้าให้ได้มากที่สุด”[๗๙]

“ควรนำหลักธรรมที่สำคัญ นำมา**การ**ประยุกต์ใช้ปฏิบัติในอาชีพการบริการทุกอาชีพ โดยเฉพาะการบริการด้านการท่องเที่ยว เพราะพุทธศาสนาเป็นศาสนาเหตุและผลเสมอ ทำอย่างไรก็ได้อย่างนั้น”[๘๐]

๓. สาราณียธรรม ๖ คือ การทำตัวให้เข้ากับผู้อื่นได้ การวางตนเสมอต้นเสมอปลาย ให้ความเสมอภาค ปฏิบัติสม่ำเสมอกันต่อคนทั้งหลาย ไม่เอาเปรียบ ร่วมสุขร่วมทุกข์ ร่วมรับรู้ ร่วมแก้ไขปัญหา เพื่อให้เกิดประโยชน์สุขร่วมกัน[๘๑]

การบริการต่อทุกคนอย่างต่อเนื่อง เท่าเทียมกัน ไม่เลือกชนชั้น หลักธรรมทางพุทธศาสนากับการประยุกต์ใช้ในอาชีพการบริการ ดังตัวอย่างข้อความ

“หลักธรรมที่เกี่ยวกับจิตวิทยาบริการเชิงพุทธกล่าวคือ ควรมีธรรมอันเป็นที่ตั้งแห่งความระลึกถึงกันเมื่อให้บริการกับลูกค้าแล้ว ได้แก่ การกระทำต่อกันด้วยเมตตา ทั้งทางกาย วาจา ใจ มีแสดงไมตรีและความหวังดีต่อเพื่อนร่วมงาน ช่วยเหลือกิจธุระต่างๆ โดยเต็มใจ แสดงกิริยาอาการสุภาพ เคารพนับถือกัน ช่วยบอกแจ้งสิ่งที่เป็นประโยชน์ สั่งสอน แนะนำตักเตือนด้วยความหวังดีต่อกัน รู้จักมองกันในแง่ดี มีใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสให้กันและกัน รักษาระเบียบวินัยของส่วนร่วม ไม่ทำตนให้เป็นที่น่ารังเกียจ และรับฟังความคิดเห็นกัน ล้วนเป็นหลักปฏิบัติของหลักสาราณียธรรม ๖”[๘๒]

“ผู้ให้บริการต้องดูแลผู้รับบริการด้วยความเสมอภาคทุกคน ให้ได้รับความสุข ความสบายใจจากการบริการให้มากที่สุด ให้การบริการต่อทุกคนอย่างต่อเนื่อง เท่าเทียมกันไม่เลือกชนชั้น”[๘๓]

“พิจารณาด้วยปัญญา มีจิตที่ตรงเที่ยงธรรมกับลูกค้าทุกคน ไม่เอนเอียงด้วยรักและชังด้วยการมีใจที่เสมอภาคกับทุกคน เท่าเทียมกัน ควรมีหลักธรรมเหล่านี้ใช้ในการทำงานด้านการบริการ”[๘๔]

“ควรให้การบริการทุกคนด้วยความเสมอภาค และเท่าเทียมกัน ยุติธรรม โดยใช้หลักธรรมนำมาประยุกต์ใช้ได้ตลอด[๘๕]

“การไม่ตริ และไม่ดูถูกลูกค้าไม่ว่าผู้รับบริการจะเป็นใคร จุดนี้สามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี โดยไม่เลือกชนชั้นในการให้บริการ ให้บริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน”[๘๖]

---

[๗๙] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๘.

[๘๐] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข ๒.

[๘๑] พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), **มองสันติภาพโลก: ผ่านภูมิหลังอารยธรรมโลกาภิวัฒน์**, (กรุงเทพมหานคร: บริษัทพิมพ์สวย จำกัด, ๒๕๕๐), หน้า ๕๐.

[๘๒] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๑๐.

[๘๓] สัมภาษณ์, ก. ๔.

[๘๔] สัมภาษณ์, ก. ๙.

[๘๕] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๑๐.

[๘๖] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๖.

"การใช้จิตวิทยาบริการทำโดยสม่ำเสมอ ทำอย่างยุติธรรม เสมอภาคกับทุกคน ไม่เลือกฐานะว่าใครมีฐานะอย่างไร ควรบริหารให้ความสุขกับลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาคกันทุกฐานะทุกระดับทางสังคม "[๘๗]

"การบริการที่ดีคือการปฏิบัติแบบเสมอต้นเสมอปลายต่อเนื่องไม่ว่าระยะเวลาจะผ่านไปนานแค่ไหน เป็นการรักษาทำหน้า ทำให้ดีที่สุด"[๘๘]

๔. สังคหวัตถุ ๔ คือ ธรรมเครื่องยึดเหนี่ยวใจบุคคล และประสานหมู่ชนไว้ในสามัคคี หลักการสงเคราะห์กัน การให้ การเสียสละ แบ่งปัน การมีวาจาเป็นที่รัก วาจาดูดดื่มน้ำใจ หรือวาจาซาบซึ้งใจ ตลอดถึงคำแสดงประโยชน์ประกอบด้วยเหตุผลเป็นหลักฐานจูงใจให้นิยมยินดีการประพฤติประโยชน์ ขวนขวายช่วยเหลือกิจการ บำเพ็ญสาธารณประโยชน์ ตลอดถึงช่วยแก้ไขปรับปรุงส่งเสริมในทางจริยธรรม ทำตนเสมอต้นเสมอปลาย ปฏิบัติสม่ำเสมอกันในชนทั้งหลาย และเสมอในสุขทุกข์โดยร่วมรับรู้ร่วมแก้ไข ตลอดถึงวางตนเหมาะแก่ฐานะ เหมาะสมกับบุคคล เหมาะสมกับเหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม ถูกต้องตามธรรมในแต่ละกรณี[๘๙]

การประยุกต์ใช้ ในการประยุกต์ใช้ในสายวิชาชีพการบริการ เป็นการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ตลอดถึงให้ความรู้และแนะนำสั่งสอน การกล่าวคำสุภาพไพเราะอ่อนหวานสมานสามัคคีกัน ให้เกิดไมตรีและความรักใคร่นับถือ ดังตัวอย่างข้อความ

"เป็นการนำหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการมาใช้ปฏิบัติจริงในสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เช่น การใช้หลักหลักสังคหวัตถุ ๔ การช่วยเหลือกัน มีน้ำใจให้กันและกัน และการวางตนเสมอต้นเสมอปลาย เป็นการปฏิบัติเพื่อความสุขใจของผู้รับบริการอย่างแท้จริง"[๙๐]

"การนำหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการที่เหมาะสมกับการบริการ เช่นการใช้หลักสังคหวัตถุ ๔ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ เกิดความสุขใจ และเกิดความประทับใจ จากการบริการที่มีการนำหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการมาปฏิบัติใช้ในงานได้จริง"[๙๑]

๕. หลักพรหมวิหาร ๔ [๙๒] คือ ธรรมเครื่องอยู่อย่างประเสริฐ ธรรมประจำใจอันประเสริฐ หลักความประพฤติที่ประเสริฐบริสุทธิ์ ธรรมที่ต้องมีไว้เป็นหลักใจและกำกับความประพฤติ จึงจะชื่อว่าดำเนินชีวิตหมดจด และปฏิบัติตนโดยชอบ ดังตัวอย่างข้อความ

"หลักการปฏิบัติ เช่น หลักพรหมวิหาร ๔ เป็นแนวทางในให้การบริการ เป็นหลักในการปฏิบัติงานด้านบริการที่มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ"[๙๓]

---

[๘๗] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๓.

[๘๘] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๔.

[๘๙] พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต), **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม**, หน้า ๑๔๓.

[๙๐] สัมภาษณ์, ก. ๖.

[๙๑] สัมภาษณ์, ก. ๓.

[๙๒] พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต), **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม**, หน้า ๑๒๔.

[๙๓] สัมภาษณ์, ก. ๘.

"ในการอยู่ร่วมกันกับคนหมู่มากต้องรู้ใช้ปฏิบัติ นำมาช่วยเหลือแบ่งปันน้ำใจให้กันและกัน การใช้หลักพรหมวิหาร ๔ เป็นสิ่งที่ควรนำมาปฏิบัติในสายงาน เป็นสิ่งที่ดีมีประโยชน์ สำหรับอาชีพที่ต้องให้การบริการเป็นอย่างมาก"[๙๔]

"การใช้หลักพรหมวิหาร ๔ คือ การมีเมตตา ปรารถนาดีอยากให้เขามีความสุข มีจิตอันแผ่ไมตรีให้กันและกัน และรู้จักวางใจเป็นกลางในบางเรื่องได้ เป็นหลักคำสอนในพระพุทธศาสนาที่เป็นวิธีปฏิบัติเพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจคนให้รักกัน สงเคราะห์ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลทุกคน เป็นหลักธรรมที่ประสานสังคม เป็นหลักธรรมที่ยึดเหนี่ยวน้ำใจคนไว้ได้"[๙๕]

"ควรนำหลักธรรมด้านการใช้หลักพรหมวิหาร ๔ มาประยุกต์ใช้ เพราะเหมาะสมกับอาชีพการให้บริการ ซึ่งถือว่าเป็นธรรมที่ประเสริฐ ควรมีธรรมนี้ประจำใจ ถือเป็นความประพฤติที่ประเสริฐ เป็นการดำเนินชีวิตที่ถูกต้อง และชอบธรรม

"หลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการ อย่างหนึ่งก็คือการใช้หลักความเมตตาในการทำงานร่วมกับผู้อื่น เพราะความเมตตาสามารถนำไปใช้ในการสร้างความร่วมมือในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี เพื่อให้งานนั้นบรรลุจุดมุ่งหมายหรือบรรลุเป้าหมายร่วมกัน เพื่อความสำเร็จขององค์กร"[๙๖]

"มีความเมตตาแล้ว ต้องมีความใจเย็นในการทำงาน ในการบริการด้วย พยายามให้ได้ซึมซับในหลักธรรมะ คือการมีเมตตาจิต รู้จักให้อภัยซึ่งกันและกันเมื่อทำงาน เมื่ออยู่ร่วมกัน"[๙๗]

"หลักของสังคหวัตถุ ๔ เป็นหลักคำสอนในพระพุทธศาสนาที่เป็นวิธีปฏิบัติเพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจของคนให้เกิดความรัก ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ร่วมสร้างสรรค์สังคมให้น่าอยู่ รู้จักให้ความรู้ ความเข้าใจต่างๆ กล่าวคำสุภาพ ไพเราะ น่าฟัง ชี้แจง แนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ ด้วยเหตุและผล รู้จักชักจูงกันทำความดี รู้จักให้กำลังใจกันและกัน ช่วยกันแก้ไขปัญหาได้บ้าง ส่วนหลักพรหมวิหาร ๔ คือการมีเมตตาต่อกัน คิดช่วยผู้อื่น มีความยินดี ในเมื่อผู้อื่นได้ดี รวมถึงการรู้จักวางใจเป็นกลางด้วยปัญญา"[๙๘]

๖. การมีจิตวิญญาณเป็นนักบริการที่ดี หลักธรรมทางพุทธศาสนากับการประยุกต์ใช้ในอาชีพการบริการ หลักปฏิบัติทางพุทธศาสนาที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสังคม ในด้านความสัมพันธ์ทางสังคมได้มากที่สุด ดังนั้นผู้ให้บริการต้องมีหลักธรรมเป็นหลักปฏิบัติ ทั้งทางด้านความคิด และจิตวิญญาณของผู้ให้บริการ มีความเพียรพยายามทำแต่ความดี ทำให้ประสบผลสำเร็จในอาชีพการบริการ ดังตัวอย่างข้อความ

"ผู้ให้บริการต้องมีหลักธรรมเป็นหลักปฏิบัติเท่ากับเป็นการประยุกต์ใช้ในงานด้านบริการทั้งทางด้านความคิด และจิตวิญญาณของผู้ให้บริการ เพียรประกอบเหตุ สังเกตผล อดทนทำดี มีแต่ชัยชนะ ในการให้บริการทั้งปวง"[๙๙]

---

[๙๔] สัมภาษณ์, ก. ๑.

[๙๕] สัมภาษณ์, ก. ๔.

[๙๖] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๘.

[๙๗] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๕.

[๙๘] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๖.

[๙๙] สัมภาษณ์, ก. ๗.

"การมีศีลธรรม มีจิตวิญญาณของผู้ให้บริการในการประกอบวิชาชีพ รู้จักเสียสละ แบ่งปันให้ความสุข โดยมีความซื่อสัตย์ มีความดีมีศีลธรรม ใช้สติ และปัญญาในการทำงาน ย่อมส่งผลให้เป็นที่พึงพอใจกับลูกค้า เพราะว่าผู้ให้บริการมีหลักของศีลธรรมเป็นพื้นฐานในการประกอบวิชาชีพ"[๑๐๐]

๗. การมีกัลยามิตรเพิ่ม มีมนุษย์สัมพันธ์ต่อผู้อื่น หลักธรรมทางพุทธศาสนากับการประยุกต์ใช้ในอาชีพการบริการ การมีมนุษย์สัมพันธ์ต่อผู้อื่น ทำให้เกิดกัลยาณมิตรเพิ่ม เป็นมิตรที่มีน้ำใจ ช่วยเหลือกันและกัน สามารถปกปิดความลับบางอย่างได้ มีสิ่งใดให้ช่วยเหลือไม่ละทิ้งกันและกัน คอยแนะนำให้อยู่ในความดีงาม สร้างความสุขให้กันและกัน แม้เพื่อนมีสุขก็พลอยยินดีด้วย เป็นมิตรที่แนะนำประโยชน์ให้ เป็นมิตรที่ร่วมทุกข์ร่วมสุข[๑๐๑]เมื่อปฏิบัติได้ก็จะพบความสุขในการทำงาน และการทำงานออกมาก็มีประสิทธิภาพ ทำให้ได้กัลยามิตรเพิ่ม มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ดังตัวอย่างข้อความ

"ไม่ว่าจะทำอะไรควรให้ผู้รับบริการด้วยใจ ส่งผลให้ได้กัลยามิตรเพิ่ม เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เป็นเสมือนญาติพี่น้อง เป็นผลที่เกิดจากการให้บริการทางด้านใจให้แก่ผู้อื่นก่อนนั่นเอง"[๑๐๒]

"การบริการอย่างมีสติและมีปัญญา มีธรรมะเป็นหลักในการปฏิบัติงานด้านบริการถือได้ว่าที่มีประสิทธิภาพ ที่สำคัญต้องมีจิตใจที่ต้องการบริการอย่างแท้จริง ซึ่งจะทำให้มีความสุข และความสนุกในการทำงานทั้งผู้รับและผู้ให้ ทำให้ได้กัลยามิตรเพิ่ม"[๑๐๓]

"การนำหลักธรรมทางพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้ ทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เกิดความสุขใจ ฝึกสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน สร้างความสุขทั้งผู้รับและผู้ให้"[๑๐๔]

๘. การศึกษา การเรียนรู้ และการปฏิบัตินั้น ย่อมเห็นผลด้วยตนเอง หลักธรรมทางพุทธศาสนากับการประยุกต์ใช้ในอาชีพการบริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ศึกษาและปฏิบัติพึงเห็นด้วยตนเอง อาชีพการให้บริการนั้นปรารถนาอยากให้ผู้รับบริการได้รับความสุข อาศัยความห่วงใย และความจริงใจเป็นหลักปฏิบัติงาน และการพูดจาที่ดี ทำให้งานทำให้ประสบผลสำเร็จ เมื่อมีการบริการดี ก็เกิดความภูมิใจในสิ่งที่ตนเองได้ทำ ซึ่งได้รับความสุขทั้งผู้รับและผู้ให้ เมื่อเป็นชาวพุทธต้องนำหลักธรรมเชิงพุทธมาประยุกต์ใช้จึงจะเกิดผลดี ดังตัวอย่างข้อความ

"เมื่อขึ้นชื่อว่าเป็นชาวพุทธต้องนำหลักธรรมเชิงพุทธจิตวิทยามาประยุกต์ใช้ด้วยจึงจะเกิดผลดี ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ศึกษาและปฏิบัติพึงเห็นด้วยตนเอง"[๑๐๕]

"อาชีพการให้บริการนั้นปรารถนาอยากให้ผู้อื่นนั้นมีความสุข ทำทุกอย่างด้วย จริงใจ และการพูดจาที่ดี ทำให้งานนั้นๆ ประสบผลสำเร็จได้ เมื่อมีการบริการดี ก็เกิดความภูมิใจในสิ่งที่ตนเองได้ทำ ซึ่งได้รับความสุขทั้งผู้รับและผู้ให้ เป็นสิ่งที่ผู้ศึกษาและปฏิบัติพึงเห็นด้วยตนเอง"[๑๐๖]

---

[๑๐๐] สัมภาษณ์, ก. ๑.

[๑๐๑] พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต), **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม**, หน้า ๑๓๒-๑๓๓.

[๑๐๒] สัมภาษณ์, ก. ๕.

[๑๐๓] สัมภาษณ์, ก. ๘.

[๑๐๔] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๔.

[๑๐๕] สัมภาษณ์, ก. ๓.

"นำหลักธรรมมาปฏิบัติมาประยุกต์ใช้ปฏิบัติ ทำให้เกิดประโยชน์ ซึ่งการปฏิบัติจะเกิดผลดีต่อผู้ปฏิบัติเอง ที่เรียกว่า รู้เองเห็นเอง"[๑๐๗]

"มีหลักธรรมในการดำเนินชีวิตการทำงานย่อมเกิดผลดีให้ผู้รับและผู้ให้ ผู้ที่ปฏิบัติได้ย่อมรู้เอง เห็นเองจากการปฏิบัติตามหลักธรรมที่สอดคล้องกับสายอาชีพการให้บริการ"[๑๐๘]

"เมื่อผู้ปฏิบัตินำมาประยุกต์ใช้ในอาชีพบริการ โดยใช้หลักธรรมทางพุทธศาสนามาใช้ปฏิบัติในชีวิตจริง ต้องเข้าใจและเรียนรู้ ประยุกต์ใช้หลักธรรมให้ตรงกับสายอาชีพ สิ่งที่สำคัญการเดินตามทางสายกลางในการดำรงชีวิต ไม่ตึงเกินไป ไม่หย่อนเกินไป เมื่อปฏิบัติได้ก็จะพบความสุขในการดำรงชีวิต และการทำงาน และไม่ควรจะคาดหวังอะไรมาก ควรเรียนรู้การเป็นผู้ให้มากกว่าเป็นผู้รับ เมื่อบริการผู้อื่นให้ได้รับความสุข ผู้ปฏิบัติก็ได้สุขใจที่ได้ทำ"[๑๐๙]

๙. การแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้ หลักธรรมทางพุทธศาสนากับการประยุกต์ใช้ในอาชีพการบริการ หลักธรรมทางพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้ในการช่วยในการแก้ไขปัญหา สามารถช่วยสร้างความพึงพอใจ และความเข้าใจให้กันเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจในการช่วยเหลือตามความเหมาะสมกับแต่ละคน ดังตัวอย่างข้อความ

"หลักธรรมทางพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้ สามารถช่วยสร้างความพึงพอใจ และความเข้าใจให้กันและกันทั้งสองฝ่ายทั้งผู้รับและผู้ให้ได้มากขึ้น เมื่อเผชิญกับปัญหาต่างๆ เมื่อมีความไม่เข้าใจเกิดขึ้น จงใช้ความอดทนและสติแก้ไขปัญหาและอุปสรรคเหล่านั้นให้ผ่านพ้นไปได้[๑๑๐]

"ต้องนำหลักธรรมทางพุทธศาสนาประยุกต์ใช้ด้วย มาเป็นตัวช่วยในการแก้ปัญหาแต่ละปัญหา โดยการนำหลักธรรมต่างๆ ที่ตรงกับอาชีพการบริการมาปรับใช้ผสมผสานในการให้บริการเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ และความพึงพอใจสูงสุด[๑๑๑]

"การใช้หลักธรรมในการแก้ไขปัญหา ในการช่วยเหลือลูกค้าตามวาระต่างๆ ตามความเหมาะสมกับแต่ละคน"[๑๑๒]

"เมื่อเกิดขึ้นต้องใช้สติรู้เท่าทันตั้งรับกับปัญหาที่เกิดขึ้น แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้เฉพาะหน้าเพราะเมื่อมีสติปัญหาทุกปัญหาย่อมมีทางออก แม้ว่าบางครั้งจะมีอารมณ์โกรธบ้างแต่ต้องพยายามให้อารมณ์นั้นหายไปด้วยการใช้หลักของความเมตตาให้กับผู้รับบริการ รู้จักปล่อยวางได้ และมีสติต้อนรับลูกค้าต่อไปไม่ว่าอะไรจะเกิดขึ้น"[๑๑๓]

---

[๑๐๖] สัมภาษณ์, ก. ๕.

[๑๐๗] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๖.

[๑๐๘] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๙.

[๑๐๙] สัมภาษณ์, ก. ๔.

[๑๑๐] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๘.

[๑๑๑] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๙.

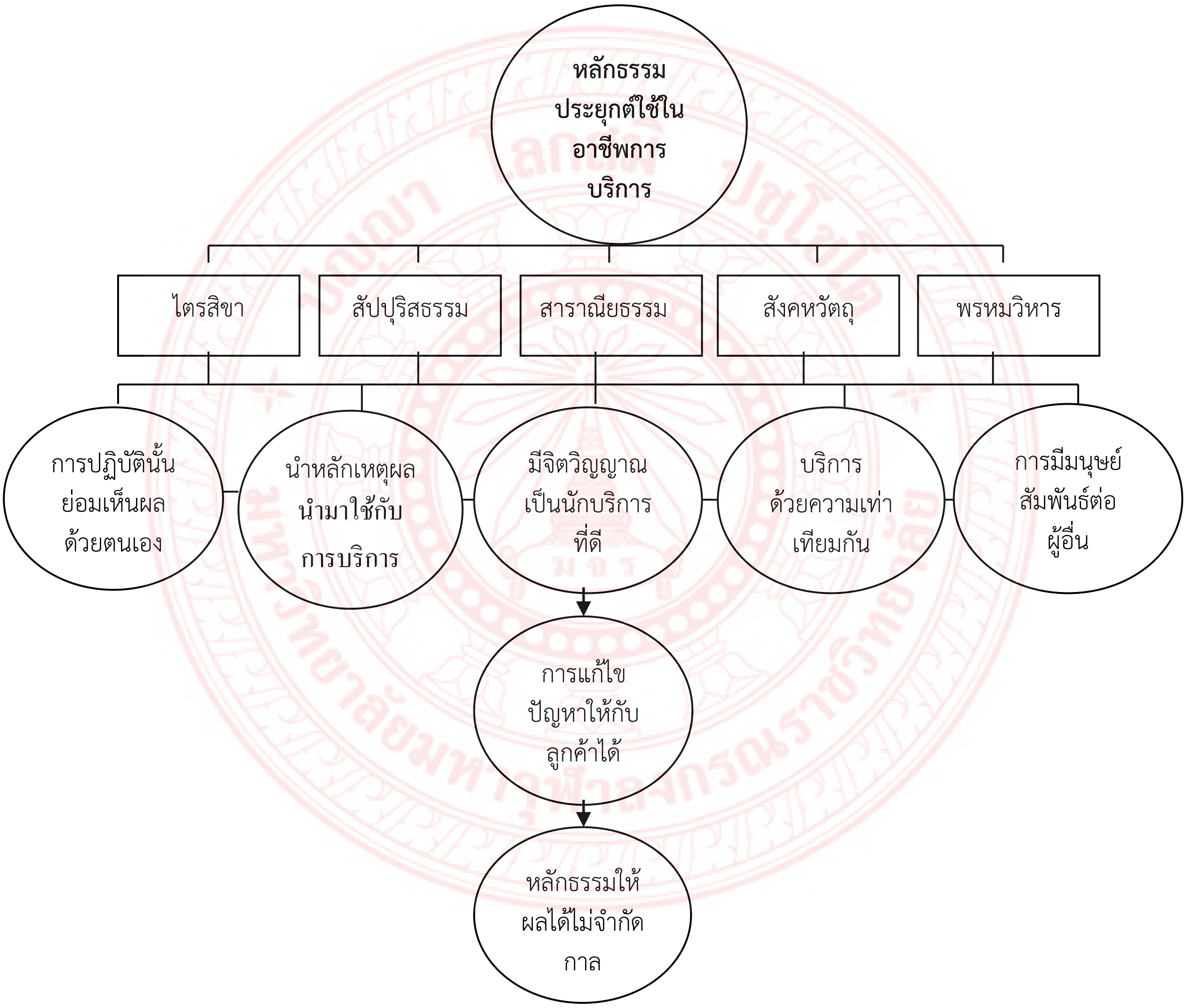
[๑๑๒] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๔.

[๑๑๓] สัมภาษณ์, ก. ๕.

“นำหลักธรรมทางพุทธศาสนามาใช้ รู้จักปล่อยวางเมื่อพบลูกค้าหลากหลายรูปแบบ มีความอดทนและสติตั้งรับกับปัญหาที่เกิดขึ้น”[๑๑๔]

“ในการแก้ปัญหาต้องมีสติรู้เท่าทัน แก้ไขปัญหาได้ทุกครั้งที่เกิดปัญหาและอุปสรรค รู้จักอดทนอดกลั้น ทำหน้าที่การให้บริการให้ดีที่สุด”[๑๑๕]

ดังแสดงแผนภาพ สรุป หลักธรรมทางพุทธศาสนากับการประยุกต์ใช้ในอาชีพการบริการ จากการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม ได้ดังนี้



แสดงแผนภูมิ ๔.๓ สรุปหลักธรรมทางพุทธศาสนากับการประยุกต์ใช้ในอาชีพการบริการ

สรุปได้ว่า หลักธรรมทางพุทธศาสนากับการประยุกต์ใช้ในอาชีพการบริการกับทุกอาชีพ โดยเฉพาะการบริการด้านการท่องเที่ยวเป็นการนำหลักธรรมมาใช้ปฏิบัติในชีวิตประจำวันรวมถึงงาน

[๑๑๔] สัมภาษณ์, ก. ๘.

[๑๑๕] สัมภาษณ์, ก. ๙.

ทางด้านการให้บริการ โดยการให้ทำเป็นตัวอย่าง หากผู้ให้บริการไม่มีธรรมะในใจเป็นหลักปฏิบัติในชีวิต อาจทำให้การบริการไม่ถึงจุดพึงประสงค์ของทั้งสองฝ่าย ซึ่งต้องนำหลักธรรมทางพุทธศาสนาประยุกต์ใช้มาเป็นตัวช่วยในการแก้ปัญหาแต่ละปัญหา โดยการนำหลักธรรมที่ตรงกับอาชีพการบริการมาปรับใช้ผสมผสานในการให้บริการ การบริการที่ดีย่อมมีความสุขทั้งผู้รับและผู้ให้ สิ่งที่ได้รับอันดับแรกเมื่อให้ด้วยกัน คือความสุขใจ

การพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว

การพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (Focus Group Discussion) ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี นำข้อมูลมาวิเคราะห์ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๑. การวางแผนงานด้านการบริการ การพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว ควรมีการงานแผนเกี่ยวกับการพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น ควรมีการจัดประชุมหารือเรื่องการวางแผนงาน ประสานงาน เพื่อให้เห็นผลในทางปฏิบัติมากขึ้น ดังตัวอย่างข้อความ

"หลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการ สามารถนำมาใช้ได้ทุกระดับ ตั้งแต่ตนเอง พนักงานในบริษัท ลูกค้าและผู้รับบริการโดยทั่วไป โดยใช้ในด้านการวางแผนงาน การติดต่อประสานงาน มีการช่วยเหลือต่างๆ ตามความเหมาะสม"[๑๑๖]

"มีการดำเนินงานตามแผนงานด้านการบริการที่กำหนดไว้โดยการใช้หลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการ ให้ฝึกมีจิตใจที่ตั้งมั่น รู้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงกับสิ่งต่างๆ ที่อยู่ตัวได้ตลอดเวลา และการบริการที่ดีต้องอาศัยการมีสมาธิที่ดีด้วยเป็นพื้นฐานการคุมสติ เมื่อมีสติรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงก็สามารถวางแผนควบคุมงานให้เป็นไปตามที่แผนการที่วางเอาไว้"[๑๑๗]

๒. การจัดโปรแกรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมหลักธรรมด้านการบริการ การพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว ควรมีการจัดอบรมโปรแกรมต่างๆ ขึ้น ในอบรมในการปฏิบัติธรรมให้กับผู้มีอาชีพการให้บริการ ได้มีการบริหารกาย จิตและปัญญา ทำให้เกิดความมุ่งมั่นในการทำงาน เพื่อฝึกจิตใจในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพมาก ดังตัวอย่างข้อความ

"ควรมีการจัดอบรมโปรแกรมต่างๆ ขึ้น ในอบรมในการปฏิบัติธรรมให้กับลูกน้องผู้ให้บริการ มีการบริหารกาย จิต และเจริญปัญญา ทำให้เกิดความมุ่งมั่น ขยัน อดทน ควบคู่ไปด้วยเพื่อฝึกจิตใจในการให้บริการ โดยการนำจิตวิทยาบริการเชิงพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้ในการดำรงชีวิตและในอาชีพการงาน"[๑๑๘]

"การนำหลักธรรมทางพุทธศาสนามาใช้ ทำให้ผู้รับบริการมีความสุข ควรมีการจัดโปรแกรมต่างๆ ที่ดีๆ ส่งเสริมหลักธรรมทางพุทธศาสนา เช่น การฝึกพูดี ทำดี คิดดี มีจิตใจที่อ่อนโยน

---

[๑๑๖] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๓.

[๑๑๗] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๘.

[๑๑๘] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๒.

ฝึกสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน สร้างความสุขทั้งผู้รับและผู้ให้”[๑๑๙]

๓. การจัดกิจกรรมการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยา การพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว ควรให้มีการจัดกิจกรรมจิตวิทยาเชิงพุทธเพื่อการพัฒนาจิตวิทยาบริการให้ดียิ่งขึ้น โดยจัดหลายๆ รูปแบบเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและประโยชน์ต่อการปฏิบัติในรุ่นต่อไป ดังตัวอย่างข้อความ

“ควรจัดกิจกรรมในทางพระพุทธศาสนาในด้านการนำหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการในรูปแบบทางพระพุทธศาสนา ซึ่งควรนำเด็กและผู้ปกครองเข้าสู่โครงการที่มีการจัดรูปแบบนั้นๆ ให้เห็นเป็นรูปธรรม มีผลในการเห็นในทางปฏิบัติ”[๑๒๐]

๔. การพัฒนาพุทธจิตวิทยาโดยการใช้หลักธรรมในการปฏิบัติงานจริง เพื่อให้การบริการบรรลุเป้าหมาย การพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว เป็นการใช้หลักธรรมนำมาปฏิบัติในธุรกิจการบริการ มีธรรมะเป็นที่ตั้งแห่งความระลึกถึง ธรรมเป็นเหตุที่ระลึกถึงกัน หลักการของการอยู่ร่วมกัน[๑๒๑] มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ แบ่งปัน แสดงความเห็นอกเห็นใจ ให้กำลังใจ รู้จักพูดให้เกิดความเข้าใจดี สมานสามัคคี เกิดไมตรี ทำให้รักใคร่นับถือและช่วยเหลือเกื้อกูลกัน รวมทั้งช่วยแก้ไขปัญหา วางตนเสมอต้นเสมอปลาย ให้ความเสมอภาคปฏิบัติสม่ำเสมอ[๑๒๒]ทำให้ผู้รับบริการจะกลับมาหาหน่วยงานอีกครั้ง เมื่อเกิดความพึงพอใจในการให้บริการ ช่วยให้งานบรรลุเป้าหมาย ดังตัวอย่างข้อความ

“การนำหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการมาใช้ ควรปฏิบัติตามในหลักธรรม เพื่อให้การบริการนั้นบรรลุเป้าหมาย การปฏิบัติตามธรรมสามารถชนะใจคนด้วยความดีงาม”[๑๒๓]

“การนำหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการ เป็นการนำหลักจิตวิทยามาใช้ในการให้บริการ เพื่อให้เข้าใจจิตใจของมนุษย์โดยการใช้หลักธรรมนำมาปฏิบัติในการทำงานด้านการบริการเพื่อทำให้งานบริการนั้นบรรลุเป้าหมาย”[๑๒๔]

“การนำหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการมาใช้ในธุรกิจการบริการ เช่น การผ่อนคลายความตึงเครียดของผู้รับบริการได้ แล้วผู้รับบริการจะกลับมาหาหน่วยงานเมื่อผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจในการให้บริการ ช่วยให้งานบรรลุเป้าหมาย”[๑๒๕]

“มีการบริการโดยการนำหลักธรรมมาใช้ปฏิบัติต่อผู้รับบริการ เมื่อทำได้ดีที่สุดแล้วย่อมส่งผลให้อาชีพการบริการบรรลุวัตถุประสงค์ บรรลุเป้าหมาย”[๑๒๖]

---

[๑๑๙] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๔.

[๑๒๐] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๑.

[๑๒๑] พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต), **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม**, หน้า ๒๗๓.

[๑๒๒] พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), **มองสันติภาพโลก: ผ่านภูมิหลังอารยธรรมโลกาภิวัฒน์**, หน้า ๕๐.

[๑๒๓] สัมภาษณ์, ก. ๗.

[๑๒๔] สัมภาษณ์, ก. ๘.

[๑๒๕] สัมภาษณ์, ก. ๙.

"การนำหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการมาใช้ในธุรกิจการบริการ ใช้ปฏิบัติจริงในสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับลูกค้าในแต่ละวัน เพื่อความสุขของผู้รับบริการถือเป็นปัจจัยสำคัญทำให้งานทางด้านอาชีพการให้บริการบรรลุเป้าหมาย"[๑๒๗]

"การใช้จิตวิทยาบริการเชิงพุทธในการสร้าง เพื่อให้งานนั้นๆ บรรลุจุดมุ่งหมายหรือบรรลุเป้าหมายร่วมกัน เพื่อความสำเร็จขององค์กร"[๑๒๘]

" จิตวิทยาบริการเชิงพุทธ นั้นเป็นการใช้สติปัญญา และการยอมรับทุกอย่างตามความเป็นจริง จะทำให้การบริการบรรลุเป้าหมายเร็วขึ้น"[๑๒๙]

"การใช้จิตวิทยาบริการเชิงพุทธเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากการบริการนำไปสู่การตอบสนองที่ตรงเป้าหมาย และให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจจากการให้บริการ เนื่องอาชีพการให้บริการต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ โดยสามารถนำหลักจิตวิทยาผสมผสานกับหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ทำให้งานบริการออกมาตรงวัตถุประสงค์ และตรงเป้าหมายมากที่สุด"[๑๓๐]

"พิจารณาโดยเน้นเริ่มจากความมีเมตตาในทุกๆ การกระทำ เมื่อผู้รับบริการได้สัมผัสหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการ จากการปฏิบัติของผู้ให้บริการ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความสุขทั้งผู้รับและผู้ให้"[๑๓๑]

๕. การปรับตัวให้เข้ากับผู้รับบริการได้ และการเคารพรับฟังความคิดเห็นกัน การพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว สามารถปรับตัวให้เข้ากันกับผู้รับบริการได้ รับฟังความคิดเห็นกันและกัน เคารพในความคิดเห็นของบุคคลอื่น การให้กำลังใจต่อกันไมตรีจิตต่อกัน ถือว่าเป็นหลักปฏิบัติที่ความดีงาม ดังตัวอย่างข้อความ

"มีการรับฟังความคิดเห็นกันและกัน สามารถปรับตัวให้เข้ากันกับผู้รับบริการได้ ใช้คำพูดให้เกิดความเข้าใจดีต่อกัน มีความเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน ให้กำลังใจกัน ทำให้เกิดความรักความสามัคคีกัน เกิดไมตรีจิตต่อกัน"[๑๓๒]

"ในการให้บริการผู้อื่น สิ่งสำคัญคือการรับฟังความคิดเห็นและกันกัน เคารพในความคิดเห็นของแต่ละบุคคล ถือว่าเป็นหลักปฏิบัติที่ความดีงาม"[๑๓๓]

---

[๑๒๖] สัมภาษณ์, ก. ๑.

[๑๒๗] สัมภาษณ์, ก. ๖.

[๑๒๘] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๘.

[๑๒๙] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๒.

[๑๓๐] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๗.

[๑๓๑] สัมภาษณ์, ก. ๑๐.

[๑๓๒] สัมภาษณ์, ก. ๔.

[๑๓๓] สัมภาษณ์, ก. ๙.

๖. การใช้วิธีการพูดในเชิงบวก ทำประโยชน์แก่กัน การพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว เป็นการมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน เสียสละ แบ่งปัน มีความเข้าใจกันและกัน ใช้คำพูดที่สุภาพ น่าฟัง ใช้วิธีการพูดในเชิงบวก ชี้แจง แนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ มีเหตุผล และชักจูงในทางที่ดีงาม ทำประโยชน์แก่กัน ทำให้ผู้อื่นมีความสุข การรู้จักช่วยเหลือแบ่งปันกันเกื้อกูลกัน เป็นการช่วยเหลือโดยเต็มใจ ผู้ปฏิบัติก็มีความสุขทางใจที่ได้ทำ ดังตัวอย่างข้อความ

"การนำหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการมาใช้ เป็นการมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน เสียสละ แบ่งปัน มีความเข้าใจกันและกัน กล่าวคำสุภาพ ไพเราะ น่าฟัง ชี้แจง แนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ มีเหตุผล ชักจูงในทางที่ดีงาม"[๑๓๔]

"ใช้วิธีการพูดในเชิงบวก ใช้คำสุภาพ ไพเราะน่าฟัง ทำประโยชน์แก่กัน ทำให้ผู้อื่นมีความสุข การรู้จักช่วยเหลือแบ่งปันกันเกื้อกูลกัน เป็นการช่วยเหลือโดยเต็มใจ ผู้ปฏิบัติก็มีความสุขทางใจที่ได้ทำ"[๑๓๕]

"การอยู่ร่วมกันในสังคมต้องรู้จักช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน เข้าใจกัน เห็นอกเห็นใจกันและกัน ทำดี คิดดี และพูดดี หรือการคิดบวกทำให้ชีวิตมีความสุขมากขึ้น"[๑๓๖]

"หลักในการทำงานหรือการใช้ในชีวิตประจำวัน คือ การรู้จักพูดดี ทำดี คิดดี มีจิตใจที่อ่อนโยน ฝึกสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน ให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ย่อมนำความสุขมาให้"[๑๓๗]

๗. มีการประชุมทุกสัปดาห์ เช่น มีการยกตัวอย่างพฤติกรรม หรือเหตุการณ์ ในการนำหลักธรรมทางพุทธศาสนามาใช้ปฏิบัติงาน การพัฒนาจิตวิทยาบริการตามแนวพระพุทธศาสนา โดยมีการประชุมสอน และแนะนำทุกสัปดาห์ มีการยกตัวอย่างเล่าประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน โดยการนำหลักธรรมทางพุทธศาสนามาปรับประยุกต์ใช้ในสายอาชีพการบริการ ดังตัวอย่างข้อความ

"การประชุมสอน และแนะนำทุกสัปดาห์ มีการยกตัวอย่างพฤติกรรมหรือเหตุการณ์ในการนำหลักธรรมทางพุทธศาสนามาปรับใช้ได้ทุกระดับ ตั้งแต่ตนเอง พนักงานในบริษัท ลูกค้า และผู้รับบริการโดยทั่วไป ตามความเหมาะสม"[๑๓๘]

"ได้นำการพัฒนาจิตวิทยาบริการตามแนวพระพุทธศาสนามามาปรับใช้อย่างมาก เริ่มต้นจากการสวดมนต์ แผ่เมตตาในตอนเช้าก่อนทำงาน แทรกโดยการสอนในแต่ละประเด็นในแต่ละปัญหาที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ทำงานที่ผ่านมา นำมาสอน และแนะนำต่อไป"[๑๓๙]

---

[๑๓๔] สัมภาษณ์, ก. ๖.

[๑๓๕] สัมภาษณ์, ก. ๙.

[๑๓๖] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๓.

[๑๓๗] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๔.

[๑๓๘] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๓.

[๑๓๙] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๙.

ดังแสดงแผนภาพ สรุป การพัฒนาจิตวิทยาบริการตามแนวพระพุทธศาสนาโดยการสอนและแนะนำเพื่อนร่วมงาน จากการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม ได้ดังนี้

แสดงแผนภูมิ ๔.๔ สรุป การพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยา สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า จากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกและการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง ความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า มีการใช้การบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาในการวางแผนงาน โดยการนำหลักธรรมทางพุทธศาสนา มาใช้โดยการจัดโปรแกรมต่างๆ ขึ้น เพื่อส่งเสริมหลักธรรมด้านการบริการเชิงพุทธ มีการจัดกิจกรรมการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาเพื่อการพัฒนาจิตวิทยาบริการให้ดียิ่งขึ้น พัฒนาการบริการด้วยพุทธจิตวิทยา โดยการนำมาใช้ปฏิบัติงาน เพื่อให้การบริการนั้นบรรลุเป้าหมายตามหลักพุทธจิตวิทยาที่เหมาะสมกับอาชีพการให้บริการ ตามหลักสาราณียธรรม ๖ หลักพรหมวิหาร ๔ และหลักสังคหวัตถุ ๔ ใช้ปฏิบัติ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ เกิดความสุข และได้รับความประทับใจ ฝึกปฏิบัติตนให้มีความประพฤติสุจริตดีงาม รักษาระเบียบวินัยของส่วนร่วม ไม่ทำตนให้เป็นที่น่ารังเกียจหรือเสื่อมเสียแก่หมู่คณะ และการปรับตัวให้เข้ากันกับผู้รับบริการได้ และเคารพรับฟังความคิดเห็นกัน รู้จักใช้วิธีการพูดในเชิงบวก ทำประโยชน์แก่กัน ให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

การพัฒนาจิตวิทยาบริการตามแนวพระพุทธศาสนาโดยการสอน และแนะนำเพื่อนร่วมงาน

การพัฒนาจิตวิทยาบริการตามแนวพระพุทธศาสนาโดยการสอน และแนะนำเพื่อนร่วมงาน จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (Focus Group Discussion) ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี นำข้อมูลมาวิเคราะห์ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๑. การเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับเพื่อนร่วมงานที่มีสายอาชีพเดียวกัน การพัฒนาจิตวิทยาบริการตามแนวพระพุทธศาสนาโดยการสอน และแนะนำเพื่อนร่วมงาน การแนะนำสั่งสอนต้องเป็นตัวอย่างที่ดีให้ผู้อื่นเห็นก่อน พูดดี ทำดี คิดดี ให้ดูเป็นตัวอย่าง โดยไม่ทำในสิ่งที่ไม่ดีกับลูกค้า มีจิตใจที่อ่อนโยน มีธรรมะในใจ ต่อการบริการลูกค้าทุกคน เมื่อปฏิบัติได้ย่อมเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับเพื่อนร่วมงานที่มีสายอาชีพเดียวกัน ดังตัวอย่างข้อความ

"อาชีพการให้บริการนั้น ยิ่งมาเป็นหัวหน้างานนั้น ต้องทำให้ดู อยู่ให้เห็น ทำเป็นแบบอย่าง สร้างวัฒนธรรมการบริการที่ดีๆ คำสอนดีๆ เป็นตัวอย่างที่ดี ให้พนักงานเห็น"[๑๔๐]

"การทำในแต่ละอาชีพ สิ่งที่สำคัญผู้แนะนำสั่งสอนต้องเป็นตัวอย่างที่ดีให้ผู้อื่นเห็นก่อน พูดดี ทำดี คิดดี ให้ดูเป็นตัวอย่าง โดยไม่ทำในสิ่งที่ไม่ดีกับลูกค้า มีจิตใจที่อ่อนโยน มีธรรมะในใจต่อการบริการลูกค้าทุกๆ คน"[๑๔๑]

"การสอนหรือแนะนำนั้น เมื่อปฏิบัติได้ย่อมเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับเพื่อนร่วมงานที่มีสายอาชีพเดียวกัน"[๑๔๒]

"ควรมีการนำหลักธรรมมาใช้ปฏิบัติในชีวิตประจำวัน ควรมีการประชุมกันทุกสัปดาห์ การยกตัวอย่างพฤติกรรมหรือเหตุการณ์ที่ผ่านมา และนำหลักธรรมที่เหมาะสมมาปรับใช้ในงานบริการ ทำให้เห็นเป็นตัวอย่างที่ดีให้ผู้อื่นได้เห็นก่อน"[๑๔๓]

"ในเรื่องของศาสนานั้น ย่อมส่งเสริมในเรื่องการสอนและแนะนำผู้อื่น เมื่อตนเองรู้แล้วสอนแนะนำผู้อื่นให้รู้ตาม เท่ากับเป็นการทำสิ่งดีๆ ให้ต่อกัน เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด"[๑๔๔]

"มีการพัฒนาทั้งตัวเองและเพื่อนร่วมงานนั้น ทางพุทธศาสนาย่อมสอนและแนะนำผู้อื่นเมื่อตนเองรู้แล้ว ให้ผู้อื่นรู้ตาม เมื่อมีสิ่งที่ดีๆ ให้กับผู้อื่นๆ ก็ทำสิ่งที่ดีๆ ย้อนกลับมาหากับผู้ให้เอง"[๑๔๕]

๒. ความงอกงามทางด้านจิตใจทั้งตนเอง และผู้อื่น การพัฒนาจิตวิทยาบริการตามแนวพระพุทธศาสนาโดยการสอน และแนะนำเพื่อนร่วมงาน การสอนและแนะนำผู้อื่นได้นั้น ตนเองต้อง

---

[๑๔๐] สัมภาษณ์, ก. ๗.

[๑๔๑] สัมภาษณ์, ก. ๔.

[๑๔๒] สัมภาษณ์, ก. ๖.

[๑๔๓] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๓.

[๑๔๔] สัมภาษณ์, ก. ๑.

[๑๔๕] สัมภาษณ์, ก. ๕.

ปฏิบัติดีก่อน แล้วสอนและแนะนำผู้อื่นให้ปฏิบัติในสิ่งที่ดีตาม ส่งผลความเจริญงอกงามทางจิตใจทั้งผู้รับและผู้ให้ เป็นการพัฒนาทั้งตัวเองและเพื่อนร่วมงาน โดยการนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนามาปรับใช้ในชีวิตการทำงาน ดังตัวอย่างข้อความ

"การสอนและแนะนำผู้อื่นได้นั้น ตนเองต้องปฏิบัติดีแล้วก็ต้องรู้จักสอน และแนะนำผู้อื่นให้ปฏิบัติในสิ่งที่ดีตาม ส่งผลความเจริญงอกงามทางจิตใจทั้งผู้รับและผู้ให้ ได้มีความสุขร่วมกันกับเพื่อนร่วมงานเดียวกัน"[๑๔๖]

"มีการพัฒนาทั้งตัวเองและเพื่อนร่วมงาน โดยการนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนามาปรับใช้ในชีวิตการทำงาน รู้จักสอนและแนะนำผู้อื่นให้ปฏิบัติตาม ส่งผลความเจริญงอกงามทางด้านจิตใจตนเองและผู้อื่น เมื่อมีสิ่งดีๆ ให้กับผู้อื่นๆ ก็ทำกับเราอย่างนั้น"[๑๔๗]

๓. มีความปรารถนาดี ต้องการให้บุคคลนั้นได้พัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น การพัฒนาจิตวิทยาบริการตามแนวพระพุทธศาสนาโดยการสอน และแนะนำเพื่อนร่วมงาน ศาสนานั้นย่อมส่งเสริมในเรื่องการสอนและแนะนำผู้อื่นด้วย เป็นการปรารถนาดีต่อกัน ย่อมส่งผลดีต่ออาชีพการให้บริการ ทำให้อาชีพนี้มีความเข้มแข็ง ดังตัวอย่างข้อความ

"ศาสนานั้นย่อมส่งเสริมในเรื่องการสอนและแนะนำผู้อื่นด้วย เป็นการปรารถนาดีย่อมส่งผลดีต่ออาชีพการให้บริการ ทำให้อาชีพนี้มีความเข้มแข็ง"[๑๔๘]

"ตนเองก็ต้องรู้จักใช้ปฏิบัติจริงในสถานการณ์ต่างๆ ในชีวิต ที่เกิดขึ้นกับตัวเองด้วย ก่อนที่จะสอนและแนะนำผู้อื่นตามหลักจิตวิทยาบริการตามแนวพระพุทธศาสนา เท่ากับเป็นความปรารถนาดีกับทุกคนที่ได้แนะนำให้ผู้อื่นได้พัฒนาตนเองให้มีศักยภาพในการบริการมากยิ่งขึ้น"[๑๔๙]

"การที่ได้สอนและแนะนำผู้อื่นได้ โดยมีจิตปรารถนาดีต่อบุคคลนั้น ต้องการให้บุคคลนั้นประสบความสำเร็จในอาชีพการให้บริการ และได้พัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น ไป"[๑๕๐]

สรุปได้ว่า การพัฒนาจิตวิทยาบริการตามแนวพระพุทธศาสนาโดยการสอนและแนะนำเพื่อนร่วมงาน เมื่อตนเองรู้แล้วก็สอนแนะนำผู้อื่นให้รู้ตาม เท่ากับเป็นการปรารถนาดีต่อผู้อื่น นอกจากตนเองจะปฏิบัติแล้วก็ต้องรู้จักสอน และแนะนำผู้อื่นให้ปฏิบัติตามด้วย ส่งผลความเจริญงอกงามทางจิตใจ มีความสุขร่วมกันกับเพื่อนร่วมงานเดียวกัน โดยเฉพาะการกระทำให้เป็นตัวอย่าง และเป็นแบบอย่างที่ดีนี้ถือเป็นเรื่องสำคัญยิ่ง เป็นการบริการด้วยความเต็มใจ

---

[๑๔๖] สัมภาษณ์, ก. ๓.

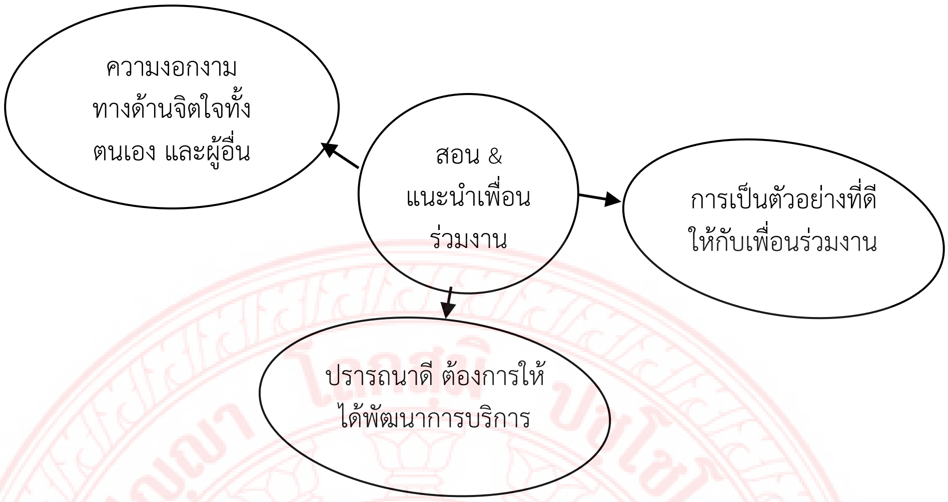
[๑๔๗] สัมภาษณ์, ก. ๕.

[๑๔๘] สัมภาษณ์, ก. ๑.

[๑๔๙] สัมภาษณ์, ก. ๖.

[๑๕๐] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๙.

ดังแสดงแผนภาพ สรุป การพัฒนาจิตวิทยาบริการตามแนวพระพุทธศาสนาโดยการสอนและแนะนำเพื่อนร่วมงาน จากการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม ได้ดังนี้



แสดงแผนภูมิ ๔.๕ สรุป การพัฒนาจิตวิทยาบริการตามแนวพระพุทธศาสนาโดยการสอนและแนะนำเพื่อนร่วมงาน

ปัญหาและอุปสรรคของอาชีพการบริการ

ปัญหาและอุปสรรคของอาชีพการบริการ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (Focus Group Discussion) ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี นำข้อมูลมาวิเคราะห์ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๑. ปัญหาและอุปสรรคจากบุคลากรในองค์กร

๑.๑ การขาดความอดทนในการควบคุมอารมณ์ของตนเอง เมื่อเจอลูกค้าที่มีหลากหลายรูปแบบ ปัญหาและอุปสรรคของอาชีพการบริการ ให้บริการบางท่านยังขาดการควบคุมอารมณ์ของตนเองเมื่อพบลูกค้าที่มีหลากหลายรูปแบบ ผู้ให้บริการต้องสามารถมีสติ ควบคุมอารมณ์ได้ ปัญหาและอุปสรรคนั้นย่อมผ่านพ้นไปได้ เมื่อใช้สติปัญญาทางแก้ไข ทำหน้าที่ให้ผู้รับบริการได้รับความสุขจากการบริการให้ได้มากที่สุด ดังตัวอย่างข้อความ

“ผู้ให้บริการต้องมีสติควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ ปัญหาและอุปสรรคนั้นย่อมผ่านพ้นไปได้ เมื่อใช้สติปัญญาทางแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวเรา”[๑๕๑]

“ต้องควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ ไม่ว่าผู้รับบริการจะเป็นอย่างไร ต้องมีความอดทนอดกลั้น ให้ผู้รับบริการได้รับความสุขจากการบริการให้ได้มากที่สุด”[๑๕๒]

---

[๑๕๑] สัมภาษณ์, ก. ๙.

[๑๕๒] สัมภาษณ์, ก. ๔.

"ความต้องการของลูกค้ามีหลากหลายขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ทางกายภาพ ทางด้านอารมณ์ การตอบสนองความต้องการให้กับผู้รับบริการทุกความต้องการหรือไม่ ถือเป็นเรื่องที่ยากในการปฏิบัติก็ว่าได้"[๑๕๓]

"แม้ว่าบางครั้งจะมีอารมณ์โกรธบ้างแต่ต้องพยายามให้อารมณ์นั้นหายไปด้วยการใช้หลักของความเมตตาให้กับผู้รับบริการ การมีสติต้อนรับลูกค้าต่อไปไม่ว่าอะไรจะเกิดขึ้น"[๑๕๔]

สิ่งที่สำคัญต้องมีความอดทน ทั้งต่อคำพูดที่แรงๆ ได้ ต้องอดทนต่อแรงกดดันให้ดีที่สุดในการปฏิบัติด้านการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจในการบริการของหน่วยงานนั้นๆ "[๑๕๕]

"การมีอาชีพสายการให้บริการที่ดีนั้นต้องรู้จักควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ ไม่ว่าผู้รับบริการจะเป็นอย่างไร ต้องมีความอดทนอดกลั้น ให้ผู้รับบริการได้รับความสุข และเกิดความพึงพอใจจากการบริการให้ได้มากที่สุด"[๑๕๖]

"ปัญหาของการมีอาชีพการบริการจะพบอยู่เป็นประจำคือ ในเรื่องปัญหาของเวลาและการเปลี่ยนใจกะทันหันของผู้รับบริการ ซึ่งบางครั้งผู้ให้บริการเองจะต้องให้ความอดทน และการยอมรับ กับความเสียเวลาและจะต้องสู้กับอุปสรรคนั้นๆ"[๑๕๗]

"ผู้ให้บริการบางท่านยังขาดความอดทนอดกลั้นในการให้บริการลูกค้า ความอดทนอดกลั้นสามารถทำให้ปัญหาและอุปสรรคเหล่านั้นให้ผ่านพ้นไปได้"[๑๕๘]

๒. การมองลูกค้าในแง่ลบ ไม่มองในแง่ดี ปัญหาและอุปสรรคของอาชีพการบริการการทำงานบางท่านอาจมองลูกค้าในแง่ลบ ไม่มองในแง่ดี ต้องฝึกจิตใจตนเองให้มองทุกสิ่งในแง่ดีเรียนรู้ และเข้าใจในเหตุปัจจัยของแต่ละคนที่ทำให้มีเหตุการณ์ต่างๆ เข้ามาในการทำงานบริการ ดังตัวอย่างข้อความ

"การทำงานด้านการบริการ ผู้ให้บริการบางท่านอาจมองลูกค้าในแง่ลบ ต้องฝึกจิตใจตนเองให้มองทุกสิ่งในแง่ดี ถ้าเจอเหตุการณ์อะไรที่เป็นแง่ลบ ต้องมองโลกในแง่ดี ให้มีกำลังใจ คิดว่าเป็นเรื่องที่ท้าทายความสามารถ พูดดี ทำดี คิดดี ชีวิตมีสุข"[๑๕๙]

"เมื่อใช้จิตวิทยาบริการเชิงพุทธก็จะสามารถช่วยสร้างความพึงพอใจ และความเข้าใจให้กันและกันทั้งสองฝ่ายทั้งผู้รับและผู้ให้ได้มากขึ้น สิ่งที่สำคัญคือการใช้ความอดทนต่อปัญหาและ

---

[๑๕๓] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๘.

[๑๕๔] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๕.

[๑๕๕] สัมภาษณ์, ก. ๑.

[๑๕๖] สัมภาษณ์, ก. ๔.

[๑๕๗] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๑.

[๑๕๘] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๘.

[๑๕๙] สัมภาษณ์, ก. ๙.

อุปสรรคที่เข้ามา มาเป็นหลักธรรมข้อหนึ่งเมื่อเผชิญกับปัญหาต่างๆ เมื่อมีความไม่เข้าใจเกิดขึ้น สามารถทำให้ปัญหาและอุปสรรคเหล่านั้นให้ผ่านพ้นไปได้”[๑๖๐]

“เนื่องจากผู้รับบริการมีความต้องการและความคาดหวังสูงมากจากการจ่ายค่าบริการไปแล้วก็ต้องการบริการที่ดีที่สุด ฉะนั้นในการแก้ปัญหาในเรื่องของการบริการต้องมีสติรู้เท่าทัน มองทุกคนในแง่ดี เมื่อมีปัญหาและอุปสรรคต่างๆ เข้ามา”[๑๖๑]

๓. การที่ไม่สามารถเอาชนะใจ และไม่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้ ปัญหาและอุปสรรคของอาชีพการบริการ การไม่สามารถเอาชนะใจ และไม่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้ ย่อมส่งผลต่อสายอาชีพการให้บริการอย่างแน่นอน ไม่ว่าจะทำอะไรต้องใช้สติปัญญานำทางเป็นหลักในการปฏิบัติในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรค จิตวิทยาบริการมีขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ดังตัวอย่างข้อความ

“ผู้ให้บริการไม่สามารถเอาชนะใจผู้รับบริการได้ ดังนั้นเมื่อพบปัญหาและอุปสรรคคิดว่าเป็นธรรมดาของโลกในอาชีพการบริการ การที่จะเอาชนะใจคนได้นั้นต้องสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าให้มากที่สุด ไม่ว่าจะทำอะไรต้องใช้สติปัญญานำทางเป็นหลักในการปฏิบัติแก้ไขปัญหาและอุปสรรค”[๑๖๒]

“จิตวิทยาบริการมีขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ถ้าผู้ให้บริการท่านใดไม่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ ย่อมส่งผลต่ออาชีพการให้บริการอย่างแน่นอน”[๑๖๓]

“หากผู้ให้บริการได้เรียนรู้ถึงความต้องการของผู้รับบริการจากจิตวิทยาการบริการ เพื่อทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจได้ ทำให้หน่วยงานประสบผลสำเร็จในการบริหารธุรกิจด้านบริการ จึงต้องเรียนรู้ถึงความต้องการให้การบริการที่มากกว่าสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวัง ทำให้เกิดพึงพอใจมากที่สุด”[๑๖๔]

๔. การขาดทักษะในการแก้ไขปัญหาที่ถูกต้อง ปัญหาและอุปสรรคของอาชีพการบริการ การขาดทักษะในการแก้ไขปัญหาที่ถูกต้อง แต่ละคนอาจแก้ปัญหาแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในแต่ละสถานการณ์ ดังนั้นการให้บริการควรให้การบริการอย่างดีที่สุด ต้องเข้าใจหน้าที่ของตนเอง และเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการว่าต้องการอะไรในระหว่างปฏิบัติหน้าที่ ดังตัวอย่างข้อความ

“มีบ้างที่ยังขาดทักษะในการแก้ไขปัญหาที่ถูกต้อง แต่ละคนอาจแก้ปัญหาแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับสถานการณ์นั้นด้วย ดังนั้นการให้บริการควรให้การบริการอย่างดีที่สุด ต้องเข้าใจหน้าที่ของ

---

[๑๖๐] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๘.

[๑๖๑] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๙.

[๑๖๒] สัมภาษณ์, ก. ๗.

[๑๖๓] สัมภาษณ์, ก. ๘.

[๑๖๔] สัมภาษณ์, ก. ๑๐.

ตนเอง และเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการอย่างถูกต้องให้มากที่สุดจะได้ไม่เกิดปัญหาต่างๆ ตามมา”[๑๖๕]

“การไม่สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ หรือการแก้ปัญหาที่เกิดจากการผิดพลาดเมื่อทำเต็มที่แล้ว อันเป็นสาเหตุทำให้ผู้รับบริการไม่ใช้บริการอีก แต่ควรให้โอกาสในการทำความเข้าใจเรียนรู้ เพิ่มประสบการณ์ต่อไป”[๑๖๖]

“ผู้ให้บริการไม่สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ซึ่งเป็นเหตุการณ์เฉพาะหน้าในขนาดนั้น ทำให้การบริการไม่สามารถสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี”[๑๖๗]

“เมื่อมีปัญหาและอุปสรรคเกิดขึ้นต้องหาวิธีแก้ไขทุกปัญหา ตั้งรับกับทุกปัญหาให้ได้ เพราะมนุษย์นั้นมีความต้องการไม่มีที่สิ้นสุด ถือว่าเป็นธรรมชาติของมนุษย์ ผู้ที่ทำอาชีพการให้บริการจะเจริญรุ่งเรืองได้ต้องยอมรับทุกอย่างตามความเป็นจริง เข้าใจ สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการตระหนักถึงว่าจะอย่างไรให้ผู้รับบริการได้รับความสุขจากการบริการ และรวมทั้งผู้ให้บริการต้องมีความสุข และเกิดความประทับใจในการให้บริการ”[๑๖๘]

๕. การไม่มีจิตวิทยาเชิงพุทธนำมาใช้ หรือการไม่มีธรรมะเป็นหลักปฏิบัติ ปัญหาและอุปสรรคของอาชีพการบริการ จะเกิดขึ้นเพราะไม่มีจิตวิทยาในการบริการเชิงพุทธนำมาใช้ นำมาปฏิบัติให้เกิดผลนั้นเอง ไม่นำมาประยุกต์ใช้ ให้เกิดผลนั่นเอง ก็ต้องใช้หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาจัดระบบปัญหาจากเรื่องใหญ่ก็จะกลายเป็นเรื่องเล็ก ปัญหาต่างๆ ก็จางหายไปได้ โดยใช้ธรรมะจัดการปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ให้หมดไปได้ ดังตัวอย่างข้อความ

“ปัญหาและอุปสรรคของอาชีพการบริการจะเกิดขึ้นเพราะไม่มีจิตวิทยาในการบริการเชิงพุทธศาสนานำมาใช้ นำมาปฏิบัติให้เกิดผลนั้นเอง”[๑๖๙]

“เมื่อพูดถึงปัญหาและอุปสรรคของอาชีพการบริการจะเกิดขึ้น เพราะไม่มีจิตวิทยาเชิงพุทธนำมาประยุกต์ใช้ ให้เกิดผลนั่นเอง ก็ต้องใช้หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาจัดระบบปัญหาจากเรื่องใหญ่ก็จะกลายเป็นเรื่องเล็กไป ปัญหาต่างๆ ก็จางหายไปได้ โดยใช้ธรรมะจัดการปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ให้หมดไปได้”[๑๗๐]

“ปัญหาและอุปสรรคของอาชีพการบริการจะเกิดขึ้น เพราะไม่มีจิตวิทยาเชิงพุทธนำมาใช้ นำมาปฏิบัติ เช่น การพูดดี ทำดี คิดดี ใครอยู่ใกล้ก็มีความสุข”[๑๗๑]

“ผู้ให้บริการบางท่านไม่มีธรรมะในใจเป็นหลักปฏิบัติ ถ้าหากมีหลักธรรมในใจเป็นหลักปฏิบัติและได้ศึกษาพระพุทธศาสนาจะสามารถเข้าใจในความเป็นมนุษย์ย่อมมีรัก โลภ โกรธ หลง ซึ่ง

---

[๑๖๕] สัมภาษณ์, ก. ๑๐.

[๑๖๖] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๔.

[๑๖๗] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๖.

[๑๖๘] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๒.

[๑๖๙] สัมภาษณ์, ก. ๓.

[๑๗๐] สัมภาษณ์, ก. ๕.

[๑๗๑] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๕.

เป็นธรรมดาผู้รับบริการอาจมีความไม่พึงพอใจหรือมีอารมณ์โกรธ ให้ผู้ให้บริการมีความเข้าใจ มีการให้อภัย ทำจิตใจให้เป็นกุศล ไม่ฟุ้งซ่าน สามารถควบคุมจิตตนเองได้”[๑๗๒]

“การมีธรรมะในใจเป็นหลักปฏิบัติถือเป็นเรื่องที่สำคัญในการปฏิบัติงานด้านการบริการ เพราะถ้ามีหลักธรรมเป็นหลักปฏิบัติทำให้ชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัวมีความสุขขึ้น”[๑๗๓]

๖. ต้องดูแลผู้รับบริการมากกว่าดูแลตนเอง ปัญหาและอุปสรรคของอาชีพการบริการ ผู้รับบริการนั้นมีหลายรูปแบบ ต้องเรียนรู้ และทำความเข้าใจ โดยใช้หลักจิตวิทยาเข้าช่วย ผู้ให้บริการต้องดูแลผู้รับบริการมากกว่าดูแลตนเอง ให้ผู้รับบริการได้รับความสุขจากการบริการให้ได้มากที่สุด สามารถปรับตนเองเข้ากับลูกค้าทุกๆ คนได้ สามารถแก้ไขปัญหาและอุปสรรคได้หลายวิธีในขณะทำงาน อาชีพการให้บริการถึงจะประสบผลสำเร็จ ดังตัวอย่างข้อความ

“ผู้รับบริการนั้นมีความแตกต่างกันไป ผู้ให้บริการต้องดูแลผู้รับบริการมากกว่าดูแลตนเอง ในขณะทำงานด้านการบริการถึงจะประสบผลสำเร็จ”[๑๗๔]

“เมื่อเจอลูกค้าที่มีหลากหลายรูปแบบ ต้องดูแลลูกค้าได้ ไม่ว่าผู้รับบริการจะเป็นอย่างไร ต้องมีความอดทนอดกลั้น ให้ผู้รับบริการได้รับความสุขจากการบริการให้ได้มากที่สุด สามารถปรับตนเองเข้ากับลูกค้าทุกๆ คนได้”[๑๗๕]

“อาชีพการให้การบริการเป็นการทำงานกับผู้คนหลากหลายรูปแบบ เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น ปัญหานั้นอาจมีการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคได้หลายวิธี”[๑๗๖]

๒. ปัญหาและอุปสรรคเกิดจากผู้ที่ต้องการรับบริการ

๒.๑ มีความต้องการหรือมีความคาดหวังสูงมากจนเกินไป ปัญหาและอุปสรรคของอาชีพการบริการ ผู้รับบริการบางท่านมีความต้องการหรือมีความคาดหวังสูงมากจนเกินไปในการให้บริการ ดังนั้นผู้ให้บริการต้องพยายามอย่างดีที่สุดในการให้บริการ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจและความประทับใจกับผู้รับบริการให้ได้มากที่สุด ดังตัวอย่างข้อความ

“ในบางครั้งจะพบผู้รับบริการที่มีความต้องการและความคาดหวังสูงมากจนเกินไป ดังนั้นผู้ให้บริการต้องพยายามอย่างดีที่สุดในการให้บริการ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจและความประทับใจกับผู้รับบริการให้ได้มากที่สุด”[๑๗๗]

“ที่สำคัญต้องเข้าใจว่า ลูกค้านั้นมีความหลากหลาย บางคนมีความคาดหวังสูง แก้ปัญหาที่เกิดจากการผิดพลาด เมื่อทำเต็มที่แล้ว ต้องไม่ทำให้ตนเองและผู้รับบริการเสียความรู้สึก จนทำให้

---

[๑๗๒] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๗.

[๑๗๓] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๙.

[๑๗๔] สัมภาษณ์, ก. ๒.

[๑๗๕] สัมภาษณ์, ก. ๔.

[๑๗๖] สัมภาษณ์, ก. ๑๐.

[๑๗๗] สัมภาษณ์, ก. ๘.

ผู้รับบริการไม่ใช้บริการอีก แต่ให้โอกาสในการทำความเข้าใจ ให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อถือต่อไป”[๑๗๘]

“สิ่งสำคัญผู้รับบริการแต่ละท่านนั้นอาจมีความต้องการและมีความคาดหวังสูง หลังจากการจ่ายเงินซื้อบริการเรียบร้อยแล้ว อาจมีการเกิดความขุ่นมัวทางจิตใจได้”[๑๗๙]

๓. ปัญหาและอุปสรรคจากระบบการบริการ

๓.๑ เวลาที่มีจำกัด เวลาที่เร่งรีบ ปัญหาและอุปสรรคของอาชีพการบริการ เรื่องเวลาในการปฏิบัติงานนั้นนับเป็นสิ่งสำคัญ การดูแลไม่ทั่วถึงด้วยเนื่องจากมีเวลาจำกัด และการทำงานบางครั้งมีเวลาที่เร่งรีบ ทำให้การบริการไม่ทั่วถึง บริการได้ไม่ดีเท่าที่ควร อาจส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจได้ดังตัวอย่างข้อความ

“เรื่องเวลาในการปฏิบัติงานนั้นนับเป็นสิ่งสำคัญ ยิ่งลูกค้ามีมาก การบริการอาจดูแลผู้รับบริการได้ไม่ทั่วถึง”[๑๘๐]

“เวลาในการปฏิบัติงานมีจำกัด ส่งผลต่อการให้บริการ บางครั้งเวลาที่เร่งรีบ ทำให้การบริการไม่ทั่วถึง ไม่ดีพอ ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจได้”[๑๘๑]

สรุปได้ว่า ปัญหาและอุปสรรคของอาชีพการบริการ จากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกและการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง ความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า ความต้องการของลูกค้ามีหลากหลาย และผู้รับบริการมีความต้องการและความคาดหวังสูงมาก และบางครั้งเกิดความขัดแย้งกันเกิดขึ้นการให้บริการที่ไม่ต้องกับความต้องการของผู้รับบริการ ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในการให้บริการ ความต้องการของแต่ละบุคคลไม่เท่ากัน ไม่สามารถวัดได้ การเกิดมีความไม่เข้าใจเกิดขึ้น และการดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้ ปัญหาของการมีอาชีพการบริการจะพบอยู่เป็นประจำ คือ ในเรื่องของเวลา และการเปลี่ยนใจกะทันหันของผู้รับบริการ ผู้รับบริการไม่สามารถอดทนรอได้ เมื่อไม่ได้รับความยุติธรรมในบางเรื่อง รวมทั้งผู้ให้บริการไม่สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นซึ่งเป็นเหตุการณ์เฉพาะหน้า

๓. เสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

จากการศึกษาหลักจิตวิทยาบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว ด้านแนวคิด องค์ประกอบลักษณะการบริการ ความสำคัญของบริการ คุณภาพการบริการ เทคนิคการบริการ และประโยชน์ของการให้บริการ เป็นการสร้างความอบอุ่นใจให้ผู้รับบริการ สามารถสร้างความสุขใจ สร้างความประทับใจ และสร้างเกิดความพึงพอใจให้ผู้รับบริการได้รับประโยชน์สูงสุดในรับบริการได้ จึงจะเสนอรูปแบบ และวิธีการตามหลักคำสอนทางพระพุทธศาสนา ดังแสดงไว้แผนภาพ ๔.๑ ดังนี้

---

[๑๗๘] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๔.

[๑๗๙] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๙.

[๑๘๐] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๒.

[๑๘๑] การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง, ข. ๑๐.

แผนภาพที่ ๔.๖ แสดงการเสนอรูปแบบหลักจิตวิทยาบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว

ลักษณะการบริการ
- เป็นพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อผู้อื่น
- เป็นการกระทำที่สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจ
- เป็นสิ่งที่บุคคลได้กระทำขึ้นอันเชื่อมโยงถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการ

ความสำคัญบริการ
- การบริการที่ดี ให้บริการไปในทางบวก สร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ
- การบริการไม่ดี ให้บริการไปในทางลบ สร้างความไม่พึงพอใจให้กับผู้รับบริการ

องค์ประกอบการบริการ
- นักท่องเที่ยวหรือผู้รับบริการ
- หน่วยงานบริการ
- ผู้ปฏิบัติให้งานบริการ
- ผลิตภัณฑ์บริการ
- ลักษณะทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมของการบริการ

คุณภาพการบริการ
- ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ
- การให้ความมั่นใจ ทำให้เกิดความเชื่อใจ
- การตอบสนองลูกค้า
- การดูแลเอาใจใส่
- รูปลักษณ์ขององค์การและผู้ให้บริการ

หลักจิตวิทยาบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว
- สร้างความอบอุ่นใจ
- สร้างความสุขใจ
- สร้างความพึงพอใจ
- สร้างความประทับใจ

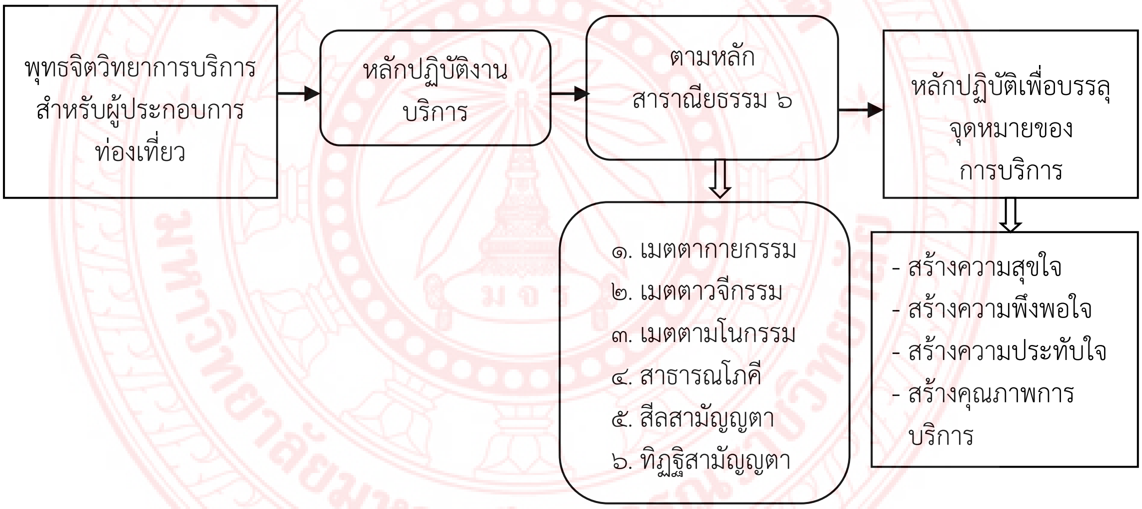
ประโยชน์ของการให้บริการ
- เพิ่มความพึงพอใจให้ลูกค้า
- เพิ่มขวัญและกำลังใจให้พนักงานผู้ให้บริการ
- ทำให้อุตสาหกรรมบริการเติบโต
- ผิดพลาดน้อยลง และประหยัดเวลา

เทคนิคการบริการ
- การแต่งกายอย่างเรียบร้อยและสุภาพ
- การเข้ามาต้อนรับด้วยความสุภาพ แสดงความเอาใจใส่
- ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้
- บริการที่มีไมตรีจิต
- การยิ้ม
- การให้ความช่วยเหลือ
- ความมีอัธยาศัยดี
- ควรสอบผลของการต้อนรับและการให้บริการทุกครั้ง

หลักจิตวิทยาบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว เป็นการสร้างความอบอุ่นใจให้ลูกค้า สร้างความสุขใจ และการสร้างความประทับใจให้ลูกค้าสร้างเกิดความพึงพอใจในการได้รับการบริการสูงสุดอันมีองค์ประกอบการบริการ คือ ประกอบไปด้วย นักท่องเที่ยวหรือผู้รับบริการ หน่วยงานบริการ ผู้ปฏิบัติให้งานบริการ ผลิตภัณฑ์บริการ ลักษณะทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมของการบริการ ซึ่งลักษณะการบริการ เป็นพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อผู้อื่น เป็นการกระทำที่สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจ และเป็นสิ่งที่บุคคลได้กระทำขึ้นอันเชื่อมโยงถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการ โดยมีการสร้างเทคนิคการบริการในการสร้างความประทับใจในงานบริการ ด้วยการแต่ง

กายที่สุภาพ เรียบร้อย มีการเข้ามาต้อนรับด้วยความ แสดงความเอาใจใส่ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีการบริการที่มีไมตรีจิตกับลูกค้าทุกๆ คน อย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน ด้วยรอยยิ้ม การยิ้มแย้มแจ่มใส รู้จักให้ความช่วยเหลือต่อกัน การมีอัธยาศัยที่ดีต่อลูกค้า สิ่งสำคัญคือ ควรสอบผลของการต้อนรับและการให้บริการทุกครั้ง สำหรับความสำคัญของบริการ ต้องรู้ว่าถ้ามีบริการที่ดีจะเกิดผลอย่างไร และถ้าบริการไม่ดีจะเสียผลอย่างไรต่อองค์กร และต่อธุรกิจการบริการ ซึ่งก่อนให้เกิดประโยชน์ของการให้บริการ สามารถเพิ่มความพึงพอใจให้ลูกค้าได้ เพิ่มขวัญและกำลังใจให้พนักงานผู้ให้บริการได้ ส่งผลทำให้อุตสาหกรรมบริการเติบโต และการผิดพลาดในงานน้อยลงที่สุด ช่วยให้ประหยัดเวลา ทำให้เป็นบ่อเกิดของการมีคุณภาพในการบริการ เกิดความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในหน่วยงานการบริการ ทำให้เกิดความมั่นใจ ความเชื่อใจในการให้บริการ สามารถตอบสนองลูกค้าได้มากที่สุด โดยการรู้จักดูแลเอาใจใส่ อันเป็นรูปลักษณ์ขององค์การที่ให้การบริการ

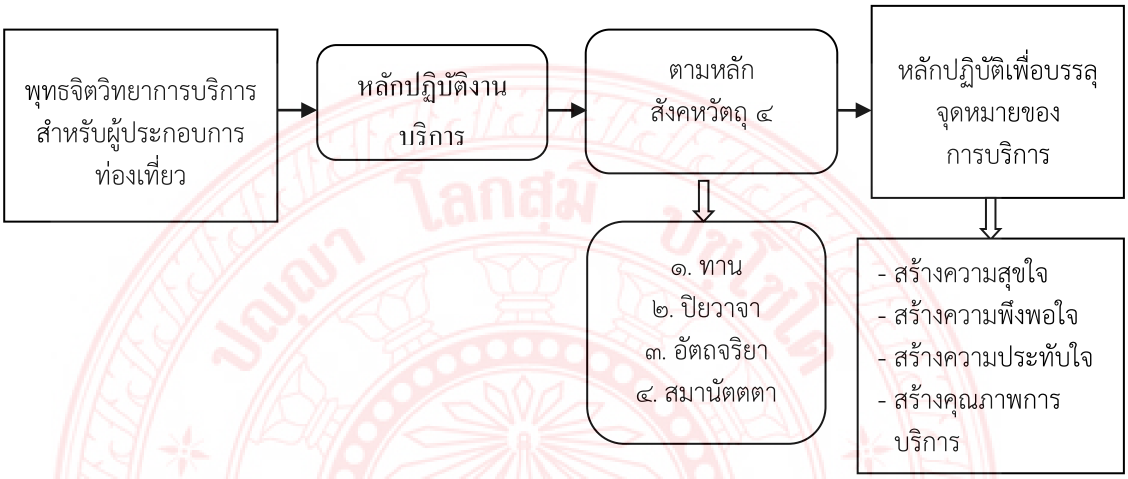
แผนภาพที่ ๔.๗ แสดงการเสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว ตามหลักสาราณียธรรม ๖



พุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวตามหลักสาราณียธรรม ๖ เป็นหลักการปฏิบัติงานด้านการบริการ ในฐานะของหลักพุทธธรรมที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นหลักแห่งการส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อระลึกถึงกัน ทั้งระหว่างบุคคล ครอบครัว และสังคม เป็นหลักแห่งการอยู่ร่วมกัน กล่าวคือควรมีความเคารพ ความสามัคคี ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อให้งานบริการบรรลุจุดหมายของการบริการสูงสุด คือ การสร้างความสุขใจ การสร้างความประทับใจให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด สร้างคุณภาพการบริการให้ได้มากที่สุด ประกอบด้วย การมีเมตตาด้วยกาย วาจา ใจ ทั้งต่อหน้าและลับหลัง ช่วยเหลือกิจธุระผู้รับบริการด้วยความเต็มใจ แสดงกิริยาอาการสุภาพ สร้างความน่าเคารพนับถือกัน ช่วยบอกแจ้งสิ่งที่เป็นประโยชน์ สั่งสอนแนะนำ ตักเตือนด้วยความหวังดี กล่าววาจาสุภาพ อันมีจิตที่ตั้งจิตปรารถนาดีคิดทำสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่กัน มองกันในแง่ดี มีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสต่อกัน หรือได้สิ่งใดมาโดยชอบธรรม แม้เป็นของเล็กน้อย ก็ไม่หวงไว้ผู้เดียว นำมาแบ่งปันเฉลี่ยเจือจาน ให้ได้มีส่วนร่วม ใช้สอยบริโภคทั่วกัน รวมถึงการมีศีลบริสุทธิ์เสมอกัน มีความประพฤติสุจริตดีงาม ถูกต้อง

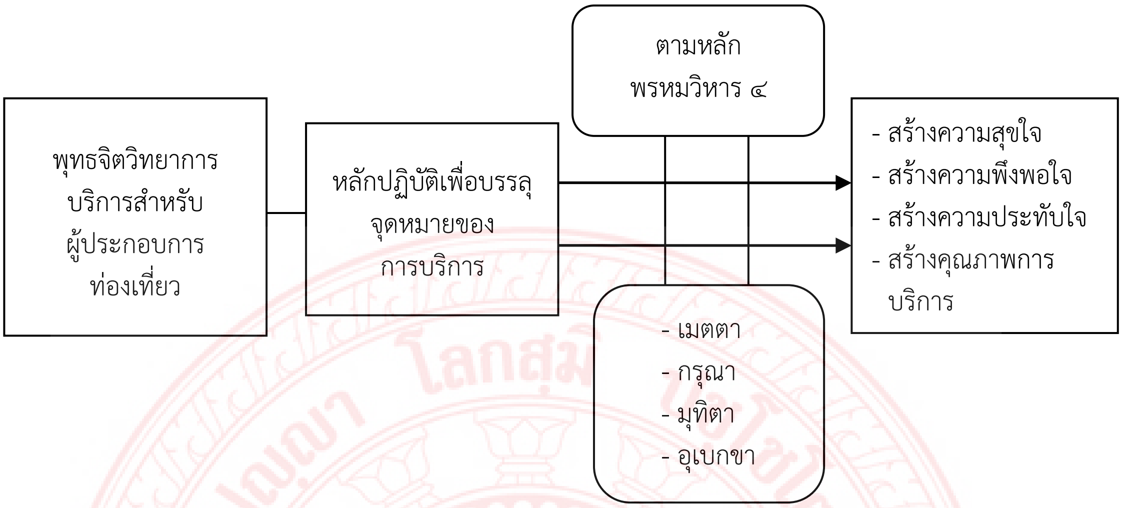
ตามระเบียบวินัย ไม่ทำตนให้เป็นผู้น่ารังเกียจของหมู่คณะ มีความเห็นชอบร่วมกัน ทำให้เป็นที่ระลึกถึง ทำให้เป็นที่รัก ทำให้เป็นที่ระลึกเคารพ เป็นไปเพื่อความสงเคราะห์ความกลมกลืนเข้าหากัน เพื่อความสามัคคี และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

แผนภาพที่ ๔.๘ แสดงการเสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว ตามหลักสังคหวัตถุ ๔



พุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวตามหลักสังคหวัตถุ ๔ เป็นหลักการปฏิบัติงานด้านการบริการ เพื่อให้งานบริการบรรลุจุดหมายของการบริการสูงสุด คือ การสร้างความสุขใจ การสร้างความประทับใจให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด สร้างคุณภาพการบริการให้ได้มากที่สุด หลักสังคหวัตถุ ๔ เป็นหลักธรรมที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวน้ำใจคน และประสานหมู่ชนไว้ให้มีความสามัคคีกัน ประกอบด้วย ทาน คือ ให้ปัน ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ แบ่งปันช่วยเหลือสงเคราะห์ ตลอดจนการให้ความรู้ ความเข้าใจ และศิลปะวิทยาการให้บริการ มีปิยวาจา พูดอย่างรักกัน คือ กล่าวคำสุภาพ ไพเราะ น่าฟัง ชี้แจง แนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ มีเหตุผล เป็นหลักฐานชักจูงในทางที่ดีงาม หรือแสดงความเห็นอกเห็นใจ ให้กำลังใจ รู้จักพูดให้เกิดความเข้าใจดี สมานสามัคคี เกิดไมตรี ทำให้รักใคร่นับถือ และช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การมีอัตถจริยา คือการทำประโยชน์แก่กัน ช่วยเหลือด้วยแรงกาย และขวนขวายช่วยเหลือกิจการต่างๆ บำเพ็ญประโยชน์ รวมทั้งช่วยแก้ไขปัญหา และช่วยปรับปรุงส่งเสริมในด้านจริยธรรม และการมีสมานัตตตา คือการเอาตัวเข้าสมานทำตัวให้เข้ากับผู้อื่นได้ วางตนเสมอต้นเสมอปลาย ให้ความเสมอภาค ปฏิบัติสม่ำเสมอกันต่อคนทั้งหลาย ไม่เอาเปรียบ และเสมอในสุขทุกข์ คือ ร่วมสุข ร่วมทุกข์ ร่วมรับรู้ ร่วมแก้ไขปัญหาเพื่อให้เกิดประโยชน์สุขร่วมกัน

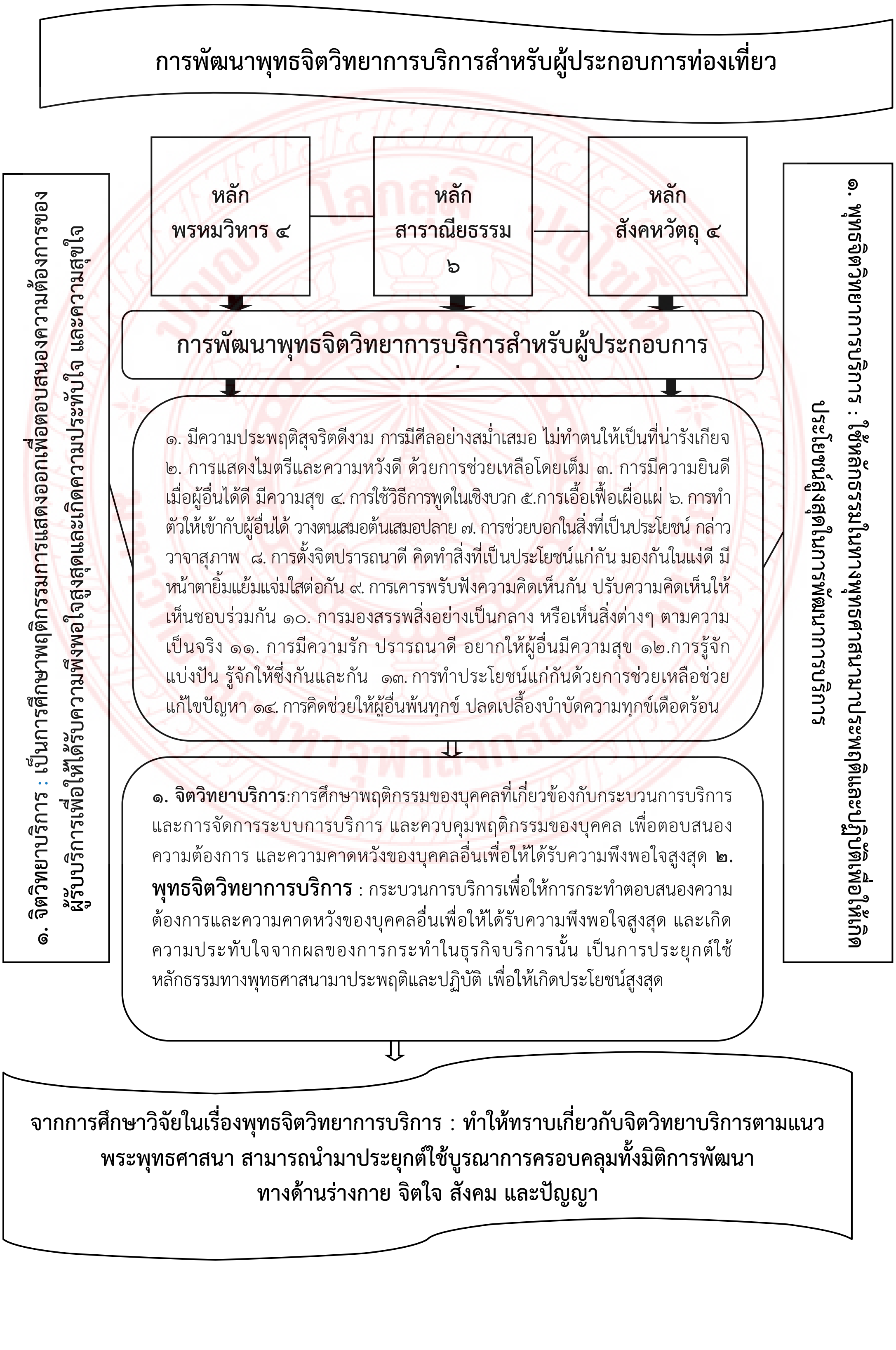
แผนภาพที่ ๔.๙ แสดงการเสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว ตามหลักพรหมวิหาร ๔



พุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวตามหลักพรหมวิหาร ๔ เป็นหลักการปฏิบัติงานด้านการบริการ เพื่อให้งานบริการบรรลุจุดหมายของการบริการสูงสุด คือ การสร้างความสุขใจ การสร้างความประทับใจให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด สร้างคุณภาพการบริการให้ได้มากที่สุด พรหมวิหาร ๔ เป็นธรรมเครื่องอยู่อย่างประเสริฐ ธรรมประจำใจอันประเสริฐ หลักความประพฤติที่ประเสริฐบริสุทธิ์ ธรรมที่ต้องมีไว้เป็นหลักใจและกำกับความประพฤติ จึงจะชื่อว่าดำเนินชีวิตหมดจด และปฏิบัติตนต่อมนุษย์สัตว์ทั้งหลายโดยชอบ ประกอบด้วย การมีเมตตา ความรักปรารถนาดีอยากให้ผู้อื่นมีความสุข มีจิตอันแผ่ไมตรีและคิดทำประโยชน์แก่มนุษย์สัตว์ทั่วหน้า มีกรุณา ความสงสาร คิดช่วยให้พ้นทุกข์ ใฝ่ใจในอันจะปลดเปลื้องบำบัดความทุกข์ยากเดือดร้อนของผู้อื่น ความมีมุทิตา ความยินดี ในเมื่อผู้อื่นอยู่ดีมีสุข มีจิตผ่องใสด้วยอาการแช่มชื่นเบิกบานอยู่เสมอ มีความเป็นปกติสุข พลอยยินดีด้วยเมื่อผู้อื่นได้ดีมีสุข เจริญงอกงามยิ่งขึ้นไป และการมีอุเบกขา ความวางใจเป็นกลาง อันจะให้ดำรงอยู่ในธรรมตามที่พิจารณาเห็นด้วยปัญญา คือมีจิตเรียบตรงเที่ยงธรรมดุจตราชู ไม่เอนเอียงด้วยรักและชัง พิจารณาเห็นกรรมที่สัตว์ทั้งหลายกระทำแล้ว อันควรได้รับผลดีหรือชั่ว สมควรแก่เหตุอันตนประกอบ พร้อมที่จะวินิจฉัยและปฏิบัติไปตามธรรม รวมทั้งรู้จักวางเฉยสงบใจมองดู ในเมื่อไม่มีกิจที่ควรทำ เพราะรับผิดชอบตนได้ดีแล้ว สมควรรับผิดชอบตนเอง หรือควรได้รับผลอันสมกับความรับผิดชอบของตน

๔.๕ สรุป: โมเดลองค์ความรู้ (Body of Knowledge) ที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง“การพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว”ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods) ระหว่างระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) ดังแผนภูมิภาพที่การวิเคราะห์สรุปโมเดลองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย ดังแสดงแผนภูมิภาพที่ ๔.๑๐



จากการทบทวนโมเดลองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยในเชิงคุณภาพ ดังแผนภูมิที่ ๔.๑๐ จากการศึกษาวิจัยเรื่อง“การพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว”สรุปได้ดังนี้

การพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว” จากผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านความสำคัญของแนวคิดจิตวิทยาบริการ โดยภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญ อยู่ในระดับ“มาก”โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๓๒($\overline{X}$ = ๔.๓๒, S.D = ๐.๑๐) รองลงมา ด้านแนวปฏิบัติในการให้การบริการตามหลักจิตวิทยาบริการ โดยภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญอยู่ในระดับ“มาก”โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๙๔ ($\overline{X}$ =๓.๙๔, S.D = ๐.๗๙) และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว โดยภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในระดับ “ปานกลาง” โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๔๕($\overline{X}$ =๓.๔๕, S.D = ๑.๐๘)

“การพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว” จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง การพัฒนาการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยา เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการแสดงออกของมนุษย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงลักษณะของพฤติกรรมด้านต่างๆ สาเหตุของพฤติกรรมเหล่านั้น ตลอดจนเพื่อให้สามารถพยากรณ์ ควบคุมหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม โดยการศึกษานี้จะครอบคลุมทั้งพฤติกรรมของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถอำนวยความสะดวกช่วยเหลือและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด รวมทั้งเป็นการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการบริการและการจัดการระบบการบริการเพื่อให้ได้มาซึ่งการบริการที่มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพโดยการวิเคราะห์เพื่ออธิบายทำนาย และควบคุมพฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของบุคคลอื่นเพื่อให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด และเกิดความประทับใจจากผลของการกระทำนั้น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับจิตวิทยาการบริการมีความสำคัญต่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการทุกระดับทั้งในฐานะของผู้ให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการ หรือผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการ และในฐานะของผู้รับบริการ จิตวิทยาการบริการจึงเป็นวิชาการที่จะต้องผสมผสานแนวคิดวิชาการจิตวิทยาพฤติกรรมผู้บริโภค และการตลาดเข้าด้วยกันในลักษณะของทั้งศาสตร์และศิลป์ ในอันที่จะเสริมสร้างกลยุทธ์การบริการ (ศาสตร์ของจิตวิทยาการบริการ) และการพัฒนาทักษะการบริการ (ศิลป์ของจิตวิทยาการบริการ) ที่เน้นคุณภาพและประสิทธิภาพของการให้บริการอย่างแท้จริง ผู้ปฏิบัติงานให้บริการจึงจำเป็นต้องอาศัยหลักจิตวิทยามาประยุกต์ใช้ด้านการบริการเพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงพฤติกรรมการแสดงออกของมนุษย์

วิธีการศึกษาแบบบูรณาการพระพุทธศาสนากับศาสตร์สมัยใหม่เป็นตัวตั้งแล้วนำหลักธรรมในพระพุทธศาสนามาเป็นส่วนเสริมเพื่อช่วยให้เกิดความสมบูรณ์ด้วยมิติทางศีลธรรม วิธีการนี้ใช้กับการศึกษาแบบธรรมประยุกต์ คำว่า“ประยุกต์”หมายถึง“ปรับใช้ประโยชน์”ซึ่งหมายถึงการปรับใช้ธรรมะให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ วิธีการนี้นอกจากจะช่วยทำให้ธรรมะเป็น อกาลิโกคือไม่ล้าสมัย เพราะสามารถปรับเข้ากับวิถีชีวิตของทุกคนทุกยุคทุกสมัย แล้วยังจะเป็นการช่วยนำศีลธรรมกลับมาสู่โลกนี้อีกด้วย ดังนั้นพระพุทธศาสนาจึงมีหน้าที่สอนธรรมประยุกต์เพื่อใช้ควบคู่ไปกับศาสตร์ทั้งหลายสำหรับผลิตคนที่ทั้งเก่งและดีออกสู่สังคมให้มากยิ่งขึ้น ในมหาวิทยาลัยมหาจุฬา

ลงกรณราชวิทยาลัย ก็มีการทำหลักสูตรสร้างรายวิชาที่ประยุกต์พุทธธรรมเข้ากับศาสตร์สาขาต่างๆ ซึ่งเป็นการเสริมธรรม เสริมปัญญาเข้าไปในศาสตร์เหล่านั้น รายวิชาประเภท เช่น เศรษฐศาสตร์เชิงพุทธ รัฐศาสตร์เชิงพุทธ การจัดการเชิงพุทธ พุทธจิตวิทยา ศึกษาศาสตร์แนวพุทธศาสตร์ ธรรมประยุกต์ เป็นต้น

การใช้การบริการตามหลักพุทธจิตวิทยามาพัฒนาปรับปรุงตนเอง และงานด้านการบริการให้เจริญขึ้นมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นทั้งในด้านการตลาดและจิตใจผู้ให้บริการ ทำให้เกิดผลดีทั้งผู้ปฏิบัติ และส่งผลดีต่อหน่วยงานบริการ ทำให้การบริการมีความเจริญรุ่งเรือง และมีความสุขในการทำงานมากขึ้น อันแขวงไปด้วยหลักธรรม ส่งผลให้มีอาชีพมั่นคง เกิดความรักใคร่สมานสามัคคีกัน ซึ่งนักท่องเที่ยวเป็นเป้าหมายหลักของการบริการ จะโน้มนำให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในภายหลังได้หรือไม่ โดยมุ่งสนใจความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อผลิตการบริการที่นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวต้องเป็นผู้วางนโยบายการบริการ และควบคุมการดำเนินงานขององค์กรให้อยู่รอดและมีกำไร จะต้องคำนึงถึงคุณภาพของการบริการเป็นหลักเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจจึงเป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้จากการศึกษาด้านจิตวิทยาบริการเชิงพุทธได้อย่างถูกต้อง ดังนั้นผู้ปฏิบัติงานบริการจำเป็นอาศัยเทคนิค และขั้นตอนของการให้บริการที่ดี เพื่อจะได้สามารถสร้างประสบการณ์แห่งความสุขและความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้ สิ่งที่สำคัญคือมารยาทในการสนทนากับผู้รับบริการต้องเปี่ยมไปด้วยไมตรีจิตความจริงใจ

การพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว เป็นการบริการเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างมีระบบ เป็นขั้นตอนต่อนักท่องเที่ยว ถือเป็นกระบวนการพัฒนาปัญญาในกระบวนการพัฒนามนุษย์นั้นในการพัฒนาจิตวิทยาการบริการเชิงพุทธนั้นโดยใช้หลักสาราณียธรรม ๖ หลักสังคหวัตถุ ๔ และหลักพรหมวิหาร ๔ ซึ่งเป็นตัวแกนสำคัญของการพัฒนาตัวปัญญาในการพัฒนาจิตวิทยาบริการ เพราะทำให้รู้จักสิ่งทั้งหลายและรู้ที่จะปฏิบัติต่อสิ่งนั้นอย่างไร แต่พร้อมกับที่ปัญญาเกิดขึ้นนั้น ก็มีการปรับตัวเกิดขึ้นทำให้การพัฒนาอย่างมีดุลยภาพครบทั่วองค์รวมในหลักธรรมที่เกี่ยวกับหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว

บทที่ ๕

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods) ทั้งด้านการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยกำหนดขอบเขตของเรื่องการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้ (๑) เพื่อศึกษาหลักจิตวิทยาบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว และหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการ (๒) เพื่อพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว (๓) เพื่อเสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงประเด็นที่สำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว โดยสรุปตามวัตถุประสงค์ดังนี้

๕.๑.๑ หลักจิตวิทยาบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว และหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการ

จากผลการศึกษา พบว่า จิตวิทยาบริการ คือการศึกษาถึงพฤติกรรมการแสดงออกของมนุษย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงลักษณะของพฤติกรรมด้านต่างๆ สาเหตุของพฤติกรรมเหล่านั้น ตลอดจนเพื่อให้สามารถพยากรณ์ ควบคุม หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม โดยการศึกษานี้จะครอบคลุมทั้งพฤติกรรมของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถอำนวยความสะดวกช่วยเหลือ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด รวมทั้งเป็นการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการบริการและการจัดการระบบการบริการเพื่อให้ได้มาซึ่งการบริการที่มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพโดยการวิเคราะห์เพื่ออธิบายทำนาย และควบคุมพฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลซึ่งตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของบุคคลอื่น เพื่อให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด และเกิดความประทับใจจากผลของการกระทำนั้น

การทำความเข้าใจเกี่ยวกับจิตวิทยาการบริการมีความสำคัญต่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการทุกระดับทั้งในฐานะของผู้ให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการ หรือผู้บริหารการบริการ และผู้ปฏิบัติงานบริการ จิตวิทยาการบริการจึงเป็นวิชาการที่จะต้องผสมผสานแนวคิดวิชาการจิตวิทยา พฤติกรรมผู้บริโภค และการตลาดเข้าด้วยกันในลักษณะของทั้งศาสตร์และศิลป์ ในอันที่จะเสริมสร้างกลยุทธ์การบริการ (ศาสตร์ของจิตวิทยาการบริการ) และการพัฒนาทักษะการบริการ (ศิลป์ของจิตวิทยาการบริการ) ที่เน้นคุณภาพและประสิทธิภาพของการให้บริการอย่างแท้จริง

จากการศึกษาหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการ เป็นการนำหลักธรรมที่เรียกว่า หลักสาราณียธรรม ๖ หลักสังคหวัตถุ ๔ และหลักพรหมวิหาร ๔ ในทางพุทธศาสนามาประพฤติและปฏิบัติ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการพัฒนาธุรกิจการบริการ หลักสาราณียธรรม ๖ คือ ธรรมเป็นที่ตั้งแห่งความให้ระลึกถึง ธรรมเป็นเหตุที่ระลึกถึงกันทั้งต่อหน้าและลับหลัง กล่าวคือ การช่วยเหลือกิจธุระของผู้ร่วมคณะด้วยความเต็มใจ แสดงกิริยาอาการสุภาพ เคารพนับถือกัน ช่วยบอกแจ้งสิ่งที่เป็นประโยชน์ สั่งสอนแนะนำ ตักเตือนด้วยความหวังดี กล่าววาจาสุภาพ แสดงความเคารพนับถือกัน การตั้งจิตปรารถนาดีคิดทำสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่กัน มองกันในแง่ดี มีหน้าตายิ้มแย้ม แจ่มใสต่อกัน รู้จักแบ่งปันกันให้ซึ่งกันและกัน แม้เป็นของเล็กน้อย มีความประพฤติสุจริตดีงาม ถูกต้องตามระเบียบวินัย ไม่ทำตนให้เป็นผู้น่ารังเกียจของหมู่คณะ เป็นต้น

หลักสังคหวัตถุ ๔ เป็นหลักคำสอนในพระพุทธศาสนาที่เป็นวิธีปฏิบัติเพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจของคนให้เกิดความรักความสามัคคีความสงเคราะห์ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน รู้จักการให้ รู้จักแบ่งปันมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ ช่วยเหลือให้สิ่งของตามควร ตลอดจนการให้ความรู้ ความเข้าใจในศิลปการให้การบริการ รู้จักพูดอย่างรักกัน คือ กล่าวคำสุภาพ ไพเราะ น่าฟัง ชี้แจง แนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ มีเหตุผล เป็นหลักฐาน ชักจูงในทางที่ดีงาม หรือแสดงความเห็นอกเห็นใจ ให้กำลังใจและรู้จักพูดให้เกิดความเข้าใจที่ดีต่อกัน ทำให้เกิดความสมานสามัคคี เกิดไมตรีจิตต่อกัน ทำให้เกิดความรักใคร่นับถือ ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน รู้จักทำประโยชน์แก่กัน คือ ช่วยเหลือด้วยแรงกายและขวนขวายช่วยเหลือกิจการต่างๆ บำเพ็ญประโยชน์ รวมทั้งช่วยแก้ไขปัญหา และช่วยปรับปรุงส่งเสริมในด้านจริยธรรม และรู้จักการทำตัวให้เข้ากับผู้อื่นได้ รู้จักวางตนเสมอต้นเสมอปลาย ให้ความเสมอภาค ปฏิบัติสม่ำเสมอกันต่อคนทั้งหลาย ไม่เอาเปรียบซึ่งกันและกัน รู้จักร่วมสุข ร่วมทุกข์ ร่วมรับรู้ ร่วมแก้ไขปัญหา เพื่อให้เกิดประโยชน์สุขร่วมกัน

หลักพรหมวิหาร ๔ อันเป็นธรรมประจำใจอันประเสริฐ เป็นหลักความประพฤติที่ประเสริฐบริสุทธิ์ ธรรมที่ต้องมีไว้เป็นหลักใจและกำกับความประพฤติ จึงจะชื่อว่าดำเนินชีวิตอย่างหมดจด รู้จักปฏิบัติตนต่อมนุษย์สัตว์ทั้งหลายโดยชอบ ธรรมอันทำให้เป็นพรหม ซึ่งประกอบด้วย ความแสดงความมีมิตรไมตรีต่อกัน มีความต้องการให้ผู้อื่นมีความสุข เป็นปรารถนาดีต่อผู้อื่น ขยายจิตที่ดีงามออกไปต่อเพื่อนมนุษย์และสรรพสัตว์ทั้งหลาย มีเมตตาเป็นคุณธรรมพื้นฐานที่บุคคลควรมี โดยเป็นความปรารถนาดีและมีความคิดในทางสร้างสรรค์เพื่อความเจริญให้กับผู้อื่น การรู้จักมีจิตใจอ่อนโยนเมื่อเห็นผู้อื่นตกทุกข์ มีความลำบาก มีความปรารถนาที่จะช่วยให้เขาพ้นทุกข์ เป็นคนมีน้ำใจอยากช่วยเหลือผู้อื่น เมื่อมีโอกาสช่วยเหลือก็จะช่วยเหลือตามกำลังความสามารถโดยปราศจากเงื่อน ไขใดๆ มีความชื่นบาน ความยินดีในเมื่อผู้อื่นได้ดี หลักธรรมข้อนี้เป็นลักษณะของผู้มีจิตใจกว้าง ยินดีต่อความดีของผู้อื่น ไม่อิจฉาริษยา ไม่กลั่นแกล้งผู้อื่น และการรู้จักวางใจเป็นกลาง มีการพิจารณาใคร่ ครวญในเรื่องต่างๆ ด้วยปัญญา มีเหตุมีผลอย่างถูกต้อง เที่ยงธรรม เป็นการมองสรรพสิ่งอย่างเป็นกลางหรือเห็นสิ่งต่างๆ ตามความเป็นจริง หลักธรรมที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ ถือเป็นธรรมที่ใครประพฤติปฏิบัติทำให้เกิดความระลึกถึงกัน ซึ่งมีความสำคัญต่องานด้านการให้บริการเป็นอย่างยิ่ง ธรรมอันทำให้เป็นที่รักเกิดความสามัคคี และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันซึ่งกันและกัน

๕.๑.๒ พัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว

การศึกษาเชิงปริมาณ จากผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านความสำคัญของแนวคิดจิตวิทยาบริการ โดยภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญ อยู่ในระดับ “มาก”โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๓๒($\overline{X}$ =๔.๓๒, S.D = ๐.๑๐) รองลงมา ด้านแนวปฏิบัติในการให้การบริการตามหลักจิตวิทยาบริการ โดยภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญอยู่ในระดับ“มาก”โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๙๔ ($\overline{X}$ =๓.๙๔, S.D = ๐.๗๙) และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ด้านการพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว โดยภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในระดับ “ปานกลาง” โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๔๕($\overline{X}$ =๓.๔๕, S.D = ๑.๐๘) พบว่า การพัฒนารูปแบบจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว ได้แก่ ๑. มีความประพฤติสุจริตดีงาม การมีศีลหรือยึดระเบียบปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ รักษาระเบียบวินัยของส่วนรวม ไม่ทำตนให้เป็นที่น่ารังเกียจ ๒. การแสดงไมตรีและความหวังดี ด้วยการช่วยเหลือโดยเต็มใจและแสดงกิริยาที่สุภาพ ๓. การมีความยินดีเมื่อผู้อื่นได้ดี มีความสุข ๔. การใช้วิธีการพูดในเชิงบวก ใช้คำสุภาพ ไพเราะน่าฟัง ๕.การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ ให้ความรู้ ความเข้าใจในการบริการ ๖. การทำตัวให้เข้ากับผู้อื่นได้ วางตนเสมอต้นเสมอปลาย ๗. การช่วยบอกในสิ่งที่เป็นประโยชน์ กล่าววาจาสุภาพ ๘. การตั้งจิตปรารถนาดี คิดทำสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่กัน มองกันในแง่ดี มีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสต่อกัน ๙. การเคารพรับฟังความคิดเห็นกัน ยึดถือหลักแห่งความดีงาม เป็นการรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น ยึดหลักของความดีงาม และปรับความคิดเห็นให้เห็นชอบร่วมกัน ๑๐. การมองสรรพสิ่งอย่างเป็นกลาง หรือเห็นสิ่งต่างๆ ตามความเป็นจริง ๑๑. การมีความรัก ปรารถนาดี อยากให้ผู้อื่นมีความสุข ๑๒. การรู้จักแบ่งปัน รู้จักให้ซึ่งกันและกัน ๑๓. การทำประโยชน์แก่กันด้วยการช่วยเหลือช่วยแก้ไขปัญหา ๑๔. การคิดช่วยให้พ้นทุกข์ ปลดเปลื้องบำบัดความทุกข์เดือดร้อนของผู้อื่น

สรุปได้ว่า จากการแจกแบบสอบถาม และการการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก และการสนทนากลุ่มแบบเจาะจงเพื่อหาความสอดคล้องนั้น ควรพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว ที่อยู่ในระดับ “น้อย” ได้แก่ การแสดงไมตรีและความหวังดี ด้วยการช่วยเหลือโดยเต็มใจ แสดงกิริยาที่สุภาพ มีความประพฤติสุจริตดีงาม มีศีลหรือยึดระเบียบปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอรักษาระเบียบวินัยของส่วนรวม ไม่ทำตนให้เป็นที่น่ารังเกียจ การตั้งจิตปรารถนาดี คิดทำสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่กัน มองกันในแง่ดี มีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสต่อกัน การทำประโยชน์แก่กันด้วยการช่วยเหลือช่วยแก้ไขปัญหา การทำตัวให้เข้ากับผู้อื่นได้ วางตนเสมอต้นเสมอปลาย และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด การคิดช่วยให้พ้นทุกข์ ปลดเปลื้องบำบัดความทุกข์เดือดร้อนของผู้อื่น ควรมีการพัฒนาหลักธรรมที่เกี่ยวกับการพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในหลักธรรมด้านที่อยู่ในระดับ “น้อย” ดังที่ได้กล่าวมานี้ นำใช้ประพฤติปฏิบัติเพื่อพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาให้มีการบริการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ส่งผลดีทั้งตนเอง และองค์กรทางด้านการให้บริการให้มีความเจริญก้าวหน้าต่อไป

๕.๑.๓ เสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

๑) นำเสนอรูปแบบหลักจิตวิทยาบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว พบว่า หลักจิตวิทยาบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว เป็นการสร้างความอบอุ่นใจให้ลูกค้า สร้างความสุขใจ และการสร้างความประทับใจให้ลูกค้าสร้างเกิดความพึงพอใจในการได้รับการบริการสูงสุด องค์ประกอบการบริการประกอบไปด้วย นักท่องเที่ยวหรือผู้รับบริการ หน่วยงานบริการ ผู้ปฏิบัติให้งานบริการ ผลิตภัณฑ์บริการ ลักษณะทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมของการบริการ ซึ่งลักษณะการบริการเป็นพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อผู้อื่น เป็นการกระทำที่สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจและเป็นสิ่งที่บุคคลได้กระทำขึ้นอันเชื่อมโยงถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการ โดยมีการสร้างเทคนิคการบริการในการสร้างความประทับใจในงานบริการ ด้วยการแต่งกายที่สุภาพ เรียบร้อย มีการเข้ามาต้อนรับด้วยความ แสดงความเอาใจใส่ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีการบริการที่มีไมตรีจิตกับลูกค้าทุกๆ คน อย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน ด้วยรอยยิ้ม รู้จักให้ความช่วยเหลือต่อกันการมีอัธยาศัยที่ดีต่อลูกค้า สิ่งสำคัญคือ ควรสอบผลของการต้อนรับและการให้บริการทุกครั้ง สำหรับความสำคัญของบริการ ต้องรู้ว่าถ้ามีบริการที่ดีจะเกิดผลอย่างไร และถ้าบริการไม่ดีจะเสียผลอย่างไรต่อองค์กร และต่อธุรกิจการบริการ ซึ่งก่อนให้เกิดประโยชน์ของการให้บริการ สามารถเพิ่มความพึงพอใจให้ลูกค้าได้ เพิ่มขวัญและกำลังใจให้พนักงานผู้ให้บริการได้ ส่งผลทำให้อุตสาหกรรมบริการเติบโต และการผิดพลาดในงานน้อยลงที่สุด ช่วยให้ประหยัดเวลา ทำให้เป็นบ่อเกิดของการมีคุณภาพในการบริการ เกิดความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในหน่วยงานการบริการ ทำให้เกิดความมั่นใจ ความเชื่อใจในการให้บริการ สามารถตอบสนองลูกค้าได้มากที่สุด โดยการรู้จักดูแลเอาใจใส่ อันเป็นรูปลักษณ์ขององค์การที่ให้การบริการ

๒) เสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว ตามหลักสาราณียธรรม ๖พบว่า พุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวตามหลักสาราณียธรรม ๖ อันเป็นหลักการปฏิบัติงานด้านการบริการ เป็นหลักพุทธธรรมที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นหลักแห่งการส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อระลึกถึงกันทั้งระหว่างบุคคล ครอบครัว และสังคม เป็นหลักแห่งการอยู่ร่วมกัน กล่าวคือควรมีความเคารพ ความสามัคคี ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อให้งานบริการบรรลุจุดหมายของการบริการสูงสุด คือ การสร้างความสุขใจ การสร้างความประทับใจให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด สร้างคุณภาพการบริการให้ได้มากที่สุด ประกอบด้วย การมีเมตตาด้วยกาย วาจา ใจ ทั้งต่อหน้าและลับหลังช่วยเหลือกิจธุระผู้รับบริการด้วยความเต็มใจ แสดงกิริยาอาการสุภาพ สร้างความน่าเคารพนับถือกันช่วยบอกแจ้งสิ่งที่เป็นประโยชน์ สั่งสอนแนะนำ ตักเตือนด้วยความหวังดี กล่าววาจาสุภาพ อันมีจิตที่ตั้งจิตปรารถนาดีคิดทำสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่กัน มองกันในแง่ดี มีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสต่อกัน หรือได้สิ่งใดมาโดยชอบธรรม แม้เป็นของเล็กน้อย ก็ไม่หวงไว้ผู้เดียว นำมาแบ่งปันเฉลี่ยเจือจาน ให้ได้มีส่วนร่วม ใช้สอยบริโภคทั่วกัน รวมถึงการมีศีลบริสุทธิ์เสมอกัน มีความประพฤติสุจริตดีงาม ถูกต้องตามระเบียบวินัย ไม่ทำตนให้เป็นผู้น่ารังเกียจของหมู่คณะ มีความเห็นชอบร่วมกัน ทำให้เป็นที่ระลึกถึง ทำให้เป็นที่รัก ทำให้เป็นที่ระลึกเคารพ เป็นไปเพื่อความสงเคราะห์ความกลมกลืนเข้าหากันเพื่อความสามัคคี และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

๓) เสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวตามหลักสังคหวัตถุ ๔พบว่า พุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวตามหลักสังคหวัตถุ ๔ เป็นหลักการปฏิบัติงานด้านการบริการ เพื่อให้งานบริการบรรลุจุดหมายของการบริการสูงสุด คือ การสร้างความสุขใจ การสร้างความประทับใจให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด สร้างคุณภาพการบริการให้ได้มากที่สุด หลักสังคหวัตถุ ๔ เป็นหลักธรรมที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวน้ำใจคนและประสานหมู่ชนไว้ให้มีความสามัคคีกัน ประกอบด้วย ทาน คือ ให้ปัน ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ แบ่งปัน ช่วยเหลือสงเคราะห์ ตลอดจนการให้ความรู้ ความเข้าใจ และศิลปะวิทยาการให้บริการ มีปิยวาจา พูดอย่างรักกัน คือ กล่าวคำสุภาพ ไพเราะ น่าฟัง ชี้แจง แนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ มีเหตุผล เป็นหลักฐาน ชักจูงในทางที่ดีงาม หรือแสดงความเห็นอกเห็นใจ ให้กำลังใจ รู้จักพูดให้เกิดความเข้าใจดี สมานสามัคคี เกิดไมตรี ทำให้รักใคร่นับถือ และช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การมีอัตถจริยา คือการทำประโยชน์แก่กัน ช่วยเหลือด้วยแรงกาย และขวนขวายช่วยเหลือกิจการต่างๆ บำเพ็ญประโยชน์ รวมทั้งช่วยแก้ไขปัญหา และช่วยปรับปรุงส่งเสริมในด้านจริยธรรม และการมีสมานัตตตา คือการเอาตัวเข้าสมาน ทำตัวให้เข้ากับผู้อื่นได้ วางตนเสมอต้นเสมอปลาย ให้ความเสมอภาค ปฏิบัติสม่ำเสมอกันต่อคนทั้งหลาย ไม่เอาเปรียบ และเสมอในสุขทุกข์ คือ ร่วมสุข ร่วมทุกข์ ร่วมรับรู้ ร่วมแก้ไขปัญหา เพื่อให้เกิดประโยชน์สุขร่วมกัน

๔) เสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว ตามหลักพรหมวิหาร ๔ พบว่า พุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวตามหลักพรหมวิหาร ๔ เป็นหลักการปฏิบัติงานด้านการบริการ เพื่อให้งานบริการบรรลุจุดหมายของการบริการสูงสุด คือ การสร้างความสุขใจ การสร้างความประทับใจให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด สร้างคุณภาพการบริการให้ได้มากที่สุด พรหมวิหาร ๔ เป็นธรรมเครื่องอยู่อย่างประเสริฐ ธรรมประจำใจอันประเสริฐ หลักความประพฤติที่ประเสริฐบริสุทธิ์ ธรรมที่ต้องมีไว้เป็นหลักใจและกำกับความประพฤติ จึงจะชื่อว่าดำเนินชีวิตหมดจด และปฏิบัติตนต่อมนุษย์สัตว์ทั้งหลายโดยชอบ ประกอบด้วย การมีเมตตา ความรักปรารถนาดีอยากให้เขามีความสุข มีจิตอันแผ่ไมตรีและคิดทำประโยชน์แก่มนุษย์สัตว์ทั่วหน้า การมีกรุณา ความสงสาร คิดช่วยให้พ้นทุกข์ ใฝ่ใจในอันจะปลดเปลื้องบำบัดความทุกข์ยากเดือดร้อนของปวงสัตว์ ความมีมุทิตา ความยินดี ในเมื่อผู้อื่นอยู่ดีมีสุข มีจิตผ่องใสบันเทิง ด้วยอาการแช่มชื่นเบิกบานอยู่เสมอ ต่อสัตว์ทั้งหลายผู้ดำรงในปกติสุข พลอยยินดีด้วยเมื่อเขาได้ดีมีสุข เจริญงอกงามยิ่งขึ้นไป และการมีอุเบกขา ความวางใจเป็นกลาง อันจะให้ดำรงอยู่ในธรรมตามที่พิจารณาเห็นด้วยปัญญา คือมีจิตเรียบตรงเที่ยงธรรมดุจตราชู ไม่เอนเอียงด้วยรักและชัง พิจารณาเห็นกรรมที่สัตว์ทั้งหลายกระทำแล้ว อันควรได้รับผลดีหรือชั่ว สมควรแก่เหตุอันตนประกอบ พร้อมที่จะวินิจฉัยและปฏิบัติไปตามธรรม รวมทั้งรู้จักวางเฉยสงบใจมองดู ในเมื่อไม่มีกิจที่ควรทำ เพราะรับผิดชอบตนได้ดีแล้ว สมควรรับผิดชอบตนเอง หรือควรได้รับผลอันสมกับความรับผิดชอบของตน

๕.๒ อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงประเด็นที่สำคัญ และน่าสนใจเกี่ยวกับการการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว เพื่อเสนอการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว จากการศึกษา พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว เกี่ยวกับพุทธจิตวิทยาการบริการ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ซึ่งแต่ละข้ออภิปรายผลตามลำดับ ดังนี้

๑. การมีความประพฤติสุจริตดีงาม การมีศีลหรือยึดระเบียบปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ รักษาระเบียบวินัยของส่วนรวม ไม่ทำตนให้เป็นที่น่ารังเกียจ มีผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นถึงความสำคัญในข้อนี้ “น้อย” ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในพระไตรปิฎก ในหลักของสาราณียธรรม ๖ ที่เรียกว่า สีลสามัญญตา คือ มีศีลบริสุทธิ์เสมอกันทั้งต่อหน้าและลับหลัง มีความประพฤติสุจริตดีงาม ถูกต้องตามระเบียบวินัย ไม่ทำตนให้เป็นผู้น่ารังเกียจของหมู่คณะ[๑]และสอดคล้องกับแนวคิดของพระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต) ได้กล่าวไว้ว่า มีความประพฤติสุจริตดีงาม รักษาระเบียบวินัยของส่วนร่วม ไม่ทำตนให้เป็นที่น่ารังเกียจหรือเสื่อมเสียแก่หมู่คณะ[๒]และสอดคล้องกับแนวคิดของพระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร.ที่ว่า มีประพฤติสุจริตดีงาม ไม่ทำตนให้เป็นที่น่ารังเกียจ หรือสร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่น มีความประพฤติเสมอกันด้วยพฤติกรรมที่ดีงาม[๓]

๒. การแสดงไมตรีและความหวังดี ด้วยการช่วยเหลือโดยเต็มใจ และแสดงกิริยาที่สุภาพ มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในข้อนี้ ในระดับ “น้อย” ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในพระไตรปิฎก ในหลักของสาราณียธรรม๖ ที่เรียกว่า เมตตากายกรรม การตั้งเมตตากายกรรม คือ ช่วยเหลือกิจธุระของผู้ร่วมคณะด้วยความเต็มใจ แสดงกิริยาอาการสุภาพ เคารพนับถือกัน ทั้งต่อหน้าและลับหลัง[๔]และสอดคล้องกับแนวคิดของพระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต) ได้กล่าวไว้ว่าเป็นกระทำต่อกันด้วยเมตตา คือ แสดงไมตรีและความหวังดีต่อเพื่อนร่วมงาน ร่วมกิจการ ร่วมชุมชนด้วยการช่วยเหลือกิจธุระต่างๆ โดยเต็มใจ แสดงกิริยาอาการสุภาพ เคารพนับถือกันทั้งต่อหน้าและลับหลัง[๕]และสอดคล้องกับแนวคิดของพระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ที่กล่าวว่า เป็นการแสดงไมตรีจิตและความหวังดีต่อทุกคน ด้วยการช่วยเหลือในกิจการน้อยใหญ่ ช่วยเหลือกิจธุระต่างๆ ด้วยความเต็มใจ แสดงกิริยาสุภาพ เคารพนับถือกัน ทั้งต่อหน้าและลับหลัง[๖]

---

[๑] ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๓๑๗/๒๕๗.

[๒] พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), **ธรรมนูญชีวิต**, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์การศาสนา สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, ๒๕๔๗), หน้า ๑๕.

[๓] พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร., **CSR เชิงพุทธ แปลงทุนให้เป็นบุญ สร้างบุญด้วยปัญญา**, (นนทบุรี: ดีไซน์ ดีไลท์ จากัด, ๒๕๕๗), หน้า ๖๘.

[๔] ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๓๑๗/๒๕๗.

[๕] พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), **ธรรมนูญชีวิต**, หน้า ๑๕.

[๖] พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร., **CSR เชิงพุทธ แปลงทุนให้เป็นบุญ สร้างบุญด้วยปัญญา**, หน้า ๖๘.

๓. การมีความยินดีเมื่อผู้อื่นได้ดี มีความสุข มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในข้อนี้ ในระดับ “มาก” ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพระพรหมคุณากรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต) ในหลักของพรหมวิหาร ๔ ที่เรียกว่า มุทิตา ได้กล่าวไว้ว่า เป็นความยินดี ในเมื่อผู้อื่นอยู่ดีมีสุข มีจิตผ่องใสบันเทิงกอปรด้วยอาการแช่มชื่นเบิกบานอยู่เสมอ ต่อสัตว์ทั้งหลายผู้ดำรงในปกติสุข พลอยยินดีด้วยเมื่อเขาได้ดีมีสุข เจริญงอกงามยิ่งขึ้นไป[๗]และสอดคล้องกับแนวคิดของพระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ที่ว่าเป็นความชื่นบาน ความยินดีในเมื่อผู้อื่นได้ดี หลักธรรมข้อนี้เป็นลักษณะของผู้มีจิตใจกว้าง ยินดีต่อความดีของผู้อื่น ไม่อิจฉาริษยา ไม่กลั่นแกล้งผู้อื่น[๘]

๔. การใช้วิธีการพูดในเชิงบวก ใช้คำสุภาพ ไพเราะน่าฟัง มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในข้อนี้ ในระดับ “ปานกลาง” ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต) ในหลักของสังคหวัตถุ ๔ ที่เรียกว่า ปิย-วาจา พูดอย่างรักกัน คือ กล่าวคำสุภาพ ไพเราะน่าฟัง ชี้แจง แนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ มีเหตุผล เป็นหลักฐาน ชักจูงในทางที่ดีงาม หรือแสดงความเห็นอกเห็นใจ ให้กำลังใจ รู้จักพูดให้เกิดความเข้าใจดี สมานสามัคคี เกิดไมตรี ทำให้รักใคร่นับถือและช่วยเหลือเกื้อกูลกัน[๙]และสอดคล้องกับแนวคิดของพระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ที่กล่าวว่า ปิยวาจา คือ ความเป็นผู้มีวาจาน่ารัก สื่อสารกันด้วยความรัก หรือมีวาจาซาบซึ้ง การกล่าววาจาสุภาพไพเราะอ่อนหวานทำให้เกิดไมตรี ตลอดจนถึงการใช้คำที่เป็นประโยชน์ประกอบด้วยเหตุผล พระพุทธองค์ได้ทรงตรัสเตือนพระภิกษุให้พยายามหลีกเลี่ยงถ้อยคำที่ขัดแย้งกัน อันนำไปสู่การทะเลาะวิวาทจะเห็นได้ว่าการรู้จักพูดปราศรัยการสื่อสารด้วยความปรารถนาดี หรือการให้วาจาไพเราะนุ่มนวล น่าฟัง เมื่อบุคคลได้ฟังแล้วเกิดกำลังใจที่จะส่งเสริมสนับสนุนให้ทุกคนอยากทำความดียิ่งๆ ขึ้นไป[๑๐]

๕. การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ ให้ความรู้ ความเข้าใจในการบริการ มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในข้อนี้ ในระดับ “มาก” ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพระพรหม คุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต) ในหลักของสังคหวัตถุ ๔ ที่เรียกว่า ทาน คือ การให้ปัน ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ แบ่งปัน ช่วยเหลือสงเคราะห์ด้วยปัจจัยสี่ ทุน หรือทรัพย์สิน สิ่งของ ตลอดจนการให้ความรู้ ความเข้าใจ และศิลปวิทยา[๑๑]และสอดคล้องกับแนว คิดของพระมหาสุทิตย์ อาภากโร ,ดร. ที่กล่าวว่า ทาน เป็นการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ แบ่งปัน เสียสละช่วย เหลือกัน ด้วยการให้สิ่งของหรือให้ความรู้ การแนะนำสั่งสอนด้วยน้ำใจไมตรี มีความโอบอ้อมอารี จะช่วยผูกใจคนไว้ได้ การแบ่งปันจะไม่สูญเปล่า ผู้ที่ให้สิ่งที่ดีย่อมได้รับที่ดีตอบแทนในทางพระพุทธ ศาสนามี ๒ ประการ คือ ๑) อามิสทาน

---

[๗] พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม**, พิมพ์ครั้งที่ ๒๗, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวทยาลัย, ๒๕๕๗), หน้า ๑๒๔.

[๘] พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร., **CSR เชิงพุทธ แปลงทุนให้เป็นบุญ สร้างบุญด้วยปัญญา**, หน้า ๖๑.

[๙] พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), **มองสันติภาพโลก: ผ่านภูมิหลังอารยธรรมโลกาภิวัฒน์**, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท พิมพ์สวย จำกัด, ๒๕๕๐), หน้า ๕๐.

[๑๐] พระมหาสุทิตย์ อาภากโร ,ดร., **CSR เชิงพุทธแปลงทุนให้เป็นบุญ สร้างบุญด้วยปัญญา**, หน้า ๖๔.

[๑๑] พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), **มองสันติภาพโลก: ผ่านภูมิหลังอารยธรรมโลกาภิวัฒน์**, หน้า ๕๐.

การ คือ ให้ด้วยวัตถุสิ่งของ เพื่อช่วยค้ำจุนชีวิต ทำให้บุคคลมีที่พึ่งอาศัย ๒) ธรรมทาน คือ การให้หลักการเพื่อให้บุคคลรู้จักพึ่งตนเอง[๑๒]

๖. การทำตัวให้เข้ากับผู้อื่นได้ วางตนเสมอต้นเสมอปลาย มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในข้อนี้ ในระดับ "น้อย" ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในพระไตรปิฎก ในหลักของสังคหวัตถุ ๔ ที่เรียกว่า สมานัตตตา คือ การวางตนสม่ำเสมอ[๑๓]และสอดคล้องกับแนวคิดของพระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต) ได้กล่าวไว้ว่า เป็นการทำตัวให้เข้ากับผู้อื่นได้ วางตนเสมอต้นเสมอปลาย ให้ความเสมอภาค ปฏิบัติสม่ำเสมอกันต่อคนทั้งหลาย ไม่เอาเปรียบ และเสมอในสุขทุกข์ คือ ร่วมสุข ร่วมทุกข์ ร่วมรับรู้ ร่วมแก้ไขปัญหา เพื่อให้เกิดประโยชน์สุขร่วมกัน[๑๔]และสอดคล้องกับแนวคิดของพระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ได้กล่าวว่า เป็นการทำประโยชน์แก่ผู้อื่น เป็นการช่วยเหลือด้วยแรงกายแรงใจ เช่น การบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคม การช่วยเหลือผู้ประสบภัยต่างๆ การขวนขวายช่วยเหลือกิจกรรมต่างๆ เกื้อกูลกันทั้งด้านกำลังความคิด กำลังปัญญา กำลังทรัพย์ รวมทั้งการปลูกจิตสำนักให้คนรู้จักช่วยเหลือกัน นับว่าการสร้างความสามัคคีและประโยชน์ให้เกิดในหมู่คณะ[๑๕]

๗. การช่วยบอกในสิ่งที่เป็นประโยชน์ กล่าววาจาสุภาพ มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในข้อนี้ ในระดับ "มาก" ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในพระไตรปิฎก ในหลักของสาราณียธรรม ๖ ที่เรียกว่า เมตตาวจีกรรม คือ ตั้งเมตตาวจีกรรม ช่วยบอกแจ้งสิ่งที่เป็นประโยชน์ สั่งสอนแนะนำ ตักเตือนด้วยความหวังดี กล่าววาจาสุภาพ แสดงความเคารพนับถือกัน ทั้งต่อหน้าและลับหลัง[๑๖]และสอดคล้องกับแนวคิดของพระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต) [๑๗]และสอดคล้องกับแนวคิดของพระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร.[๑๘]ที่ได้กล่าวไว้เช่นเดียวกัน

๘. การตั้งจิตปรารถนาดี คิดทำสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่กัน มองกันในแง่ดี มีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสต่อกัน มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในข้อนี้ ในระดับ "น้อย"ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในพระไตรปิฎกในหลักของสาราณียธรรม ๖ ที่เรียกว่า เมตตามโนกรรม การตั้งเมตตามโนกรรม ทั้งต่อหน้าและลับหลัง คือ ตั้งจิตปรารถนาดีคิดทำสิ่งที่เป็นประโยชน์ แก่กัน มองกันในแง่ดี มีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสต่อกัน[๑๙]และสอดคล้องกับแนวคิดของพระพรหมคุณาภรณ์(ป.อ.ปยุตฺโต) ได้กล่าวไว้ว่า เป็นการติดต่อกันด้วยเมตตา คือ ตั้งจิตปรารถนาดีคิดทำสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่กัน

---

[๑๒] พระมหาสุทิตย์ อาภากโร, ดร., **CSR เชิงพุทธ แปลงทุนให้เป็นบุญ สร้างบุญด้วยปัญญา**, หน้า ๖๔.

[๑๓] องฺ.จตุกฺก. (ไทย) ๒๑/๓๒/๕๑.

[๑๔] พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), **มองสันติภาพโลก: ผ่านภูมิหลังอารยธรรมโลกาภิวัฒน์**, หน้า ๕๐.

[๑๕] พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร., **CSR เชิงพุทธ แปลงทุนให้เป็นบุญ สร้างบุญด้วยปัญญา**, หน้า ๖๔.

[๑๖] ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๓๑๗/๒๕๗.

[๑๗] พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต), **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม**, หน้า ๒๗๓.

[๑๘] พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร., **CSR เชิงพุทธ แปลงทุนให้เป็นบุญ สร้างบุญด้วยปัญญา**, หน้า ๖๘.

[๑๙] ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๓๑๗/๒๕๗.

มองกันในแง่ดี มีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสต่อกัน[๒๐]และสอดคล้องกับแนวคิดของพระมหาสุทิตย์ อาภากโร ,ดร. ได้กล่าวว่า เป็นการตั้งจิตปรารถนาดี คิดในสิ่งที่ดีงาม คิดทำสิ่งที่เป็นประโยชน์ให้แก่กัน มองกันแต่ในแง่ดี ไม่คิดร้ายต่อกัน[๒๑]

๙. การเคารพรับฟังความคิดเห็นกัน ยึดถือหลักแห่งความดีงาม มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในข้อนี้ ในระดับ "มาก" ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในพระไตรปิฎกในหลักของสาราณียธรรม ๖ ที่เรียกว่า ทิฏฐิสามัญญตา คือมีทิฏฐิงามเสมอกัน ทั้งต่อหน้าและลับหลัง มีความเห็นชอบร่วมกัน ในข้อที่เป็นหลักการสำคัญที่จะนำไปสู่ความหลุดพ้น สิ้นทุกข์ หรือขจัดปัญหา ทำให้เป็นที่ระลึกถึง ทำให้เป็นที่รัก ทำให้เป็นที่ระลึกเคารพ เป็นไปเพื่อความสงเคราะห์ความกลมกลืนเข้าหากัน เพื่อความไม่วิวาท เพื่อความสามัคคีและเอกภาพ ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน[๒๒] สอดคล้องกับแนวคิดของพระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต) ได้กล่าวไว้ว่า เป็นการปรับตัวให้เข้ากันได้ คือ เคารพรับฟังความคิดเห็นกัน มีความเห็นชอบร่วมกัน ตกลงกันได้ในหลักการสำคัญ ยึดถืออุดมคติหลักแห่งความดีงามหรือจุดหมายสูงสุดอันเดียวกัน[๒๓]และสอดคล้องกับแนวคิดของพระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ได้กล่าวว่า เป็นการรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น ยึดหลักของความดีงาม และปรับความคิดเห็นให้เห็นชอบร่วมกัน[๒๔]

๑๐. การมองสรรพสิ่งอย่างเป็นกลาง หรือเห็นสิ่งต่างๆ ตามความเป็นจริง มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในข้อนี้ ในระดับ"ปานกลาง"ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในพระไตรปิฎกในหลักของพรหมวิหาร ๔ ที่เรียกว่า อุเบกขา คือ ความวางใจเป็นกลาง อันจะให้ดำรงอยู่ในธรรมตามที่พิจารณาเห็นด้วยปัญญา คือมีจิตเรียบตรงเที่ยงธรรมดุจตราชู ไม่เอนเอียงด้วยรักและชังพิจารณาเห็นกรรมที่สัตว์ทั้งหลายกระทำแล้ว อันควรได้รับผลดีหรือชั่ว สมควรแก่เหตุอันตนประกอบพร้อมที่จะวินิจฉัยและปฏิบัติไปตามธรรม รวมทั้งรู้จักวางเฉยสงบใจมองดู[๒๕]และสอดคล้องกับแนวคิดของพระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ได้กล่าวไว้ว่า การวางใจเป็นกลาง มีการพิจารณาใคร่ครวญในเรื่องต่างๆ ด้วยปัญญา มีเหตุมีผลอย่างถูกต้อง เที่ยงธรรม เป็นการมองสรรพสิ่งอย่างเป็นกลางหรือเห็นสิ่งต่างๆ ตามความเป็นจริง[๒๖]

---

[๒๐] พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต), **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม**, หน้า ๒๗๓.

[๒๑] พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. **CSR เชิงพุทธ แปลงทุนให้เป็นบุญ สร้างบุญด้วยปัญญา**, หน้า ๖๘.

[๒๒] ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๓๑๗/๒๕๗.

[๒๓] พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), **ธรรมนูญชีวิต**, หน้า ๑๕.

[๒๔] พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร., **CSR เชิงพุทธ แปลงทุนให้เป็นบุญ สร้างบุญด้วยปัญญา**, หน้า ๖๘.

[๒๕] พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม**, หน้า ๑๒๔.

[๒๖] พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร., **CSR เชิงพุทธ แปลงทุนให้เป็นบุญ สร้างบุญด้วยปัญญา**, หน้า ๖๑.

๑๑. การมีความรัก ปรารถนาดี อยากให้ผู้อื่นมีความสุข มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในข้อนี้ ในระดับ “มาก” ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในพระไตรปิฎก ในหลักของพรหมวิหาร ๔ ที่เรียกว่า เมตตา คือ ความมีมิตรไมตรี ความมีน้ำใจ ต้องการให้ผู้อื่นมีความสุข เป็นปรารถนาดีต่อผู้อื่น และขยายจิตที่ดีงามออกไปต่อเพื่อนมนุษย์และสรรพสัตว์ทั้งหลาย เมตตาเป็นคุณธรรมพื้นฐานที่บุคคลควรมี โดยเป็นความปรารถนาดีและมีความคิดในทางสร้างสรรค์เพื่อความเจริญให้แก่ผู้อื่น[๒๗] ในอังคุตตรนิกายได้กล่าวถึงอานิสงส์ของการเจริญเมตตาไว้ ๑๑ ประการ คือ หลับเป็นสุข ตื่นเป็นสุข ไม่ฝันลามก เป็นที่รักของมนุษย์ทั้งหลาย เป็นที่รักของอมนุษย์ทั้งหลาย เทวดาทั้งหลายย่อมรักษาไฟ ยาพิษหรือศัสตรากล้ำกรายไม่ได้จิตตั้งมั่นโดยรวดเร็ว สีหน้าย่อมผ่องใส เป็นผู้ไม่หลงลืมสติตาย เมื่อยังไม่แทงตลอดคุณวิเศษอันยอดยิ่งย่อมเข้าถึงพรหมโลก[๒๘]และสอดคล้องกับแนวคิดของพระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต) ได้กล่าวไว้ว่า เป็นความรัก ปรารถนาดีอยากให้ผู้อื่นมีความสุข มีจิตอันแผ่ไมตรีและคิดทำประโยชน์แก่มนุษย์สัตว์ทั่วหน้า[๒๙]

๑๒. การรู้จักแบ่งปัน รู้จักให้ซึ่งกันและกัน มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในข้อนี้ ในระดับ “ปานกลาง” ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในพระไตรปิฎก ในหลักของสาราณียธรรม ๖ ที่เรียกว่า สาธารณโภคี คือ ได้ของสิ่งใดมาก็แบ่งปันกัน กล่าวคือ เมื่อได้สิ่งใดมาโดยชอบธรรม แม้เป็นของเล็กน้อย ก็ไม่หวงไว้ผู้เดียว นำมาแบ่งปันเฉลี่ยเจือจาน ให้ได้มีส่วนร่วมใช้สอยบริโภคทั่วกัน[๓๐] และสอดคล้องกับแนวคิดของพระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต) ได้กล่าวไว้ว่า ได้มาแบ่งกันกินกันใช้ คือ แบ่งปันลาภผลที่ได้มาโดยชอบธรรม แม้เป็นของเล็กน้อยก็แจกจ่ายให้ได้มีส่วนร่วมใช้สอยบริโภคทั่วกัน[๓๑]และสอดคล้องกับแนวคิดของพระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ได้กล่าวว่า เป็นการแบ่งปันสิ่งของอาจจะเป็นสิ่งของวัตถุ หรือการทำประโยชน์ต่อสาธารณะร่วมกัน[๓๒]

๑๓. การทำประโยชน์แก่กันด้วยการช่วยเหลือช่วยแก้ไขปัญหา มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในข้อนี้ ในระดับ “น้อย” ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในพระไตรปิฎก ในหลักของสังคหวัตถุ ๔ ที่เรียกว่า อัตถจริยา คือ การประพฤติเป็นประโยชน์[๓๓]ทำประโยชน์แก่กัน กล่าวคือ การช่วยเหลือด้วยแรงกาย และขวนขวายช่วยเหลือกิจการต่างๆ บำเพ็ญประโยชน์ รวมทั้งช่วยแก้ไข

---

[๒๗] พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร., **CSR เชิงพุทธ แปลงทุนให้เป็นบุญ สร้างบุญด้วยปัญญา**, หน้า ๖๑.

[๒๘] องฺ.ทสก. (บาลี) ๒๔/๑๕/๒๘๔-๒๘๕., องฺ.ทสก. (ไทย) ๒๔/๑๕/๔๒๕ -๔๒๖.

[๒๙] พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม**, หน้า ๑๒๔.

[๓๐] ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๓๑๗/๒๕๗.

[๓๑] พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต), **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม**, หน้า ๒๗๓.

[๓๒] พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร., **CSR เชิงพุทธ แปลงทุนให้เป็นบุญ สร้างบุญด้วยปัญญา**, หน้า ๖๘.

[๓๓] องฺ.จตุกฺก. (ไทย) ๒๑/๓๒/๕๑.

ปัญหา และช่วยปรับปรุงส่งเสริมในด้านจริยธรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต)[๓๔] ที่ได้กล่าวไว้เช่นเดียวกัน

๑๔. การคิดช่วยให้พ้นทุกข์ ปลดเปลื้องบำบัดความทุกข์เดือดร้อนของผู้อื่น มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในข้อนี้ ในระดับ "น้อย" ตามลำดับมากไปหาน้อย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต) ในหลักของพรหมวิหาร ๔ ที่เรียกว่า กรุณา ได้กล่าวไว้ว่า คือ ความสงสาร คิดช่วยให้พ้นทุกข์ ใฝ่ใจในอันจะปลดเปลื้องบำบัดความทุกข์ยากเดือดร้อนของผู้อื่น[๓๕]และสอดคล้องกับแนวคิดของพระมหาสุทิตย์อาภากโร,ดร. ได้กล่าวว่า ความเป็นผู้มีจิตใจอ่อนโยน เมื่อเห็นผู้อื่นตกทุกข์ มีความลำบาก มีความปรารถนาที่จะช่วยให้พ้นทุกข์ เป็นคนมีน้ำใจอยากช่วยเหลือผู้อื่น เมื่อมีโอกาสช่วยเหลือก็จะช่วยเหลือตามกำลังความสามารถโดยปราศจากเงื่อนไขใดๆ[๓๖]

๕.๓ ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง การพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้เสนอแนะไว้ดังนี้

๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

๑. จากผลการศึกษาการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรวางนโยบายในการพัฒนาตนเองทั้งทางด้านกาย วาจา ใจ มาสนใจศึกษาทางด้านศาสนา และหลักธรรมต่างๆ มาปฏิบัติจริงในการทำงาน เช่น หลักสาราณียธรรม ๖ หลักสังคหวัตถุ ๔ และหลักพรหมวิหาร ๔

๒. จากผลการศึกษาการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรวางนโยบายปลูกฝัง สอนเรื่องการปฏิบัติหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการให้เป็นส่วนหนึ่งของชีวิต เช่น การประพฤติสุจริตดีงาม รักษาระเบียบวินัยของส่วนรวม ไม่ทำตนให้เป็นที่น่ารังเกียจกับคนรอบข้าง การแสดงมีไมตรีจิตต่อกัน การช่วยเหลือผู้อื่นด้วยความโดยเต็มใจ แสดงกิริยาที่สุภาพทั้งทางกาย วาจา ใจ การมองโลกในแง่ดี การเคารพรับฟังความคิดเห็นกัน การทำตัวให้เข้ากับผู้อื่นได้ การวางตนเสมอต้นเสมอปลาย เป็นต้น มาใช้เป็นหลักประพฤติและปฏิบัติในชีวิตประจำวัน

๓. จากผลการศึกษาวิจัย ควรวางนโยบายมีแผนการจัดโปรแกรมฯ การพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว ใช้ปฏิบัติในการทำงานด้านการบริการตามหลักธรรมที่ใช้ในการวิจัย ให้มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ให้บริการเล็งเห็นความสำคัญ นำการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวใช้ปฏิบัติจริงให้เห็นเป็นรูปธรรมมากขึ้น

---

[๓๔] พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), **มองสันติภาพโลก : ผ่านภูมิหลังอารยธรรมโลกาภิวัฒน์**, หน้า ๕๐.

[๓๕] พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม**, หน้า ๑๒๔.

[๓๖] พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร., **CSR เชิงพุทธ แปลงทุนให้เป็นบุญ สร้างบุญด้วยปัญญา**, หน้า ๖๑.

๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะในการนำผลมาใช้ประโยชน์

๑. จากผลการศึกษาการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว สามารถนำหลักธรรมที่เกี่ยวกับอาชีพสายการให้บริการในหลักธรรมเกี่ยวกับ นำไปประพฤติปฏิบัติ เท่ากับเป็นการทำความดีทำให้ชีวิตด้านอาชีพการให้บริการดีขึ้น พบความเจริญรุ่งเรือง เป็นหลักธรรม ที่เรียกว่า หลักสาราณียธรรม ๖ หลักสังคหวัตถุ ๔ และหลักพรหมวิหาร ๔ ใช้ปฏิบัติเสริมสร้างสาย อาชีพการให้บริการให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

๒. จากผลการศึกษาการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว ในด้านการพัฒนารูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว พบว่า อยู่ในระดับ “น้อย” ได้แก่ การแสดงไมตรีและความหวังดี ด้วยการช่วยเหลือโดยเต็มใจ แสดงกิริยาที่สุภาพ มีความประพฤติสุจริตดีงาม มีศีลหรือยึดระเบียบปฏิบัติอย่าง สม่ำเสมอรักษาระเบียบวินัยของ ส่วนรวม ไม่ทำตนให้เป็นที่น่ารังเกียจ การตั้งจิตปรารถนาดี คิดทำสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่กัน มองกันในแง่ดี มีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสต่อกัน การทำประโยชน์แก่กันด้วยการช่วยเหลือช่วยแก้ไขปัญหา การทำตัวให้เข้า กับผู้อื่นได้ วางตนเสมอต้นเสมอปลาย และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด การคิดช่วยให้พ้นทุกข์ ปลดเปลื้อง บำบัดความทุกข์เดือดร้อนของผู้อื่น ควรมีการพัฒนารูปแบบจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว หลักธรรมที่เกี่ยวกับการพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธที่อยู่ในระดับ “น้อย” มาพัฒนารูปแบบจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้มีการบริการให้มี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๕.๓.๓ ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

๑. การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยที่ทำในกลุ่มตัวอย่างผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการในเขต กรุงเทพมหานครเท่านั้น ยังไม่มีการกระจายทั่วถึงทั้งประเทศ ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการวิจัย ในสถานที่อื่นๆ ด้วย และนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาเปรียบเทียบกัน เพื่อจะได้ผลการศึกษาที่ กว้างขวางมากขึ้น

๒. ควรมีการศึกษาวิเคราะห์หาแนวทางแก้ไขในด้านการพัฒนาการบริการที่ด้อยการ พัฒนาให้มีคุณภาพได้ควรทำอย่างไร รวมทั้งวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาจิตวิทยา บริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในการวิจัยครั้งต่อไปว่า แนวทางแก้ไขการพัฒนา จิตวิทยาบริการที่น้อย ให้มีการพัฒนาให้มากขึ้นได้อย่างไร

๓. ผลจากการศึกษาวิจัยการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการ ท่องเที่ยว จากประชากรและกลุ่มตัวอย่างทำการศึกษาวิจัยเป็นเชิงทดลอง นำผลการทดลองพิสูจน์ว่า สามารถปฏิบัติตามหลักธรรมที่เกี่ยวข้องตามหลักจิตวิทยาบริการเชิงพุทธมาปฏิบัติในการดำรงชีวิต หน้าที่การงานแล้วชีวิตเจริญรุ่งเรือง มีความสุข สร้างความพึงพอใจ และสร้างความประทับใจให้กับ ผู้รับบริการจริงหรือไม่อย่างไร

บรรณานุกรม

๑. ภาษาไทย :

ก. ข้อมูลปฐมภูมิ

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. **พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.** กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๓๙.

ข. ข้อมูลทุติยภูมิ

(๑) หนังสือ :

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. **สถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดพะเยา**. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ๒๕๔๙.

คริสโตเฟอร์ เอช เลิฟล็อค และลอเรน ไรท์. **การตลาดบริการ**. กรุงเทพมหานคร: เพียร์สันเอ็ดดูเคชั่นอินโดไชน่า, ๒๕๔๖.

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. **ศิลปะการให้บริการ**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วี. พริ้นท์ จำกัด, ๒๕๕๕.

__________. **จิตวิทยาการบริการ**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วี. พริ้นท์ จำกัด, ๒๕๕๑.

จุรุฒม์ ศรีรัตนบัลล์. **คุณภาพของการบริการทางการแพทย์กับแนวคิดทางการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๗.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์.**อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**.งานวิชาการ.คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๔.

ชูวงศ์ ฉายะบุตร. **ผู้ว่าราชการจังหวัด**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ส่วนท้องถิ่น กรมการปกครอง, ๒๕๓๖.

ตรีเพ็ชร์ อ่ำเมือง. **คู่มือ-เทคนิคการให้บริการด้วยใจ.**“Service Mind”:งานเลขานุการกิจและสภาคณาจารย์กองบริหารงานทั่วไปสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหิดล, ม.ป.ป.

นฤมล มารคแมน,รศ.ดร. **หลักพุทธจิตวิทยาเบื้องต้น**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๕๖.

นิศา ชัชกุล. **อุสาหกรรมการท่องเที่ยว.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,๒๕๕๗.

พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต). **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม**. พิมพ์ครั้งที่ ๑๒. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๗.

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต). **มองสันติภาพโลก: ผ่านภูมิหลังอารยธรรมโลกาภิวัตน์**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พิมพ์สวย จำกัด, ๒๕๕๐.

__________. **ธรรมนูญชีวิต**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์การศาสนา สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, ๒๕๔๗.

พระมหาสุทิตย์ อาภากโร. **CSR เชิงพุทธ แปลงทุนให้เป็นบุญ สร้างบุญด้วยปัญญา**. นนทบุรี: ดีไซน์ ดีไลท์ จำกัด, ๒๕๕๗.

พุทธทาสภิกขุ. **บริหารธุรกิจแบบพุทธ**. กรุงเทพมหานคร: อตัมมโย, ๒๕๓๐.

พิพัฒน์ ก้องกิจกุล. **คู่มือปฏิบัติ วิธีวัดความพึงพอใจของลูกค้า**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ็กซเบอร์เน็ท จำกัด, ๒๕๔๖.

มณีวรรณ ตั้งไทย. **พฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาต่อประชาชนผู้มาติดต่อ**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๓๓.

ยุพดี ลิ้มมธุรสกุล. **ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของกรุงเทพมหานคร ศึกษาสำนักงานเขตพระนคร**. ภาคนิพนธ์ปริญญา พัฒนบริการศาสตร์ สถาบันบัณฑิต พัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๔๑.

ระวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์. **จิตวิทยาการบริการ**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, ๒๕๕๑.

ราชบัณฑิตยสถาน. **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน**. กรุงเทพมหานคร:บริษัทนานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์ จำกัด, ๒๕๔๖.

___________. **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน**. พิมพ์ครั้งที่ ๖. กรุงเทพมหานคร: อักษรเจริญทัศน์, ๒๕๓๙.

เลิศพร ภาระสกุล. **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**.กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,๒๕๕๕.

สุพรรณี อินทร์แก้ว. **การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง**. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร: ธนเพส ,๒๕๔๙.

วิทยากร เชียงกูล. **ธรรมะแก้ปัญหาเศรษฐกิจของประชาชนได้อย่างไร**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บุญญปัญญา, ๒๕๔๓.

วิวรรยา ขอนยาง. **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการภูพานเพลซ สถาบันราชภัฏสกลนคร. การค้นคว้าแบบอิสระ ศศ.ม.** เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๕.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. **กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: Diamond in Business World, ๒๕๔๑.

สมชาย กิจยรรยง. **บริการสร้างความประทับใจ**. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชัน, ๒๕๓๖.

สมิท สัชฌุกร. **ศิลปะการให้บริการ**. กรุงเทพมหานคร: สายธรรม, ๒๕๕๓.

___________. **การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิญญูชน, ๒๕๔๒.

___________. **การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ**. พิมพ์ครั้งที่ ๕. กรุงเทพมหานคร: สายธรรม, ๒๕๕๐.

อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒนกิจ. **จิตวิทยาบริการ**. กรุงเทพมหานคร: อดุลพัฒนกิจ, ๒๕๔๘.

อรรจน์ สีหะอาไพ และปทุมพร โพธิ์กาศ. **จิตวิทยาบริการ**. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอ็ม แอนด์ เอ็ม เลเซอร์พริ้นต์, ๒๕๔๘.

อุไรวรรณ แย้มนิยม และยงยุทธ ฟูพงศ์ศิริพันธ์. **การจัดการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ็กซ เบอร์เน็ท จำกัด, ๒๕๔๒.

(๒) บทความในวารสาร :

จารุบูณณ์ ปาณานนท์.“การสร้างสรรค์จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ”.**จุลสารการท่องเที่ยว**. ปีที่ ๙ เล่มที่ ๒ (มิถุนายน ๒๕๒๒): ๑๑

จิตตินันท์ เดชะคุปส์. **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาการบริการ**. เอกสารการสอนวิชาจิตวิทยาการบริการ Psychology for the Hospitality Industry. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๒.

ณรงค์ศักดิ์ ผ้าเจริญ. **เอกสารสรุปการบรรยาย การตลาดสมัยใหม่ : กลไกสู่ความสำเร็จของธุรกิจท่องเที่ยว.** “พลังสร้างสรรค์กับสงครามการตลาด”, ม.ป.ป

พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต, ศ.ดร). **วิธีบูรณาการพระพุทธศาสนากับศาสตร์สมัยใหม่.**เรียบเรียงจากปาฐกถาในการสัมมนาพุทธศาสตรบัณฑิตของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ณ หอประชุมพุทธมณฑล อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐมเมื่อวันศุกร์ที่ ๑๕ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๒.

(๓) วิทยานิพนธ์

จันทนา จันทรโชติ.“ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา”. **วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, ๒๕๔๑.

ดวงฤดู เสือสิงห์. ดวงฤดี เสือสิงห์.“การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการพิธีการศุลกากรในการให้บริการส่งสินค้าไปต่างประเทศ ณ ด่านศุลกากรปาดังเบซาร์ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา. **วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร์** สาขายุทธศาสตร์การพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. ๒๕๔๘.

ดรุณี คงสุวรรณ์.“ความคิดเห็นของนักศึกษาที่ที่ต่อการให้บริการของฝ่ายหนังสือสำคัญสำนักบริการทางวิชาการและทดสอบประเมินผล”.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๔๒.

บราลี จินตนสนธิ.“ความพึงพอใจของประชานที่มีต่อการบริการของสำนักงาน ทะเบียน: ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลตำบลหัวหิน”. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๓๘.

เบญจวรรณ นพบรรจบสุข.“ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการให้บริการโดยสารของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย เส้นทางสายเหนือ กรณีศึกษารถด่วนพิเศษนครพิงค์”.**วิทยานิพนธ์บริการธุรกิจ.** บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๕.

พันตรีธีรชาติ เพียรการ.“ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา”.**วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ.**บัณฑิตวิทยาลัย บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, ๒๕๔๙.

ศรัญญา หงษ์แพง.“แนวทางการบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา : อุทยานแห่งชาติภูเรือ อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย”.**วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร**. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, ๒๕๕๓.

สุกัญญา นิพัทธสังก์.“ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการบริการของภัตตาคารการบินไทย จังหวัดเชียงใหม่”.**วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร**. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๕.

อรุณี ปัญญามูลวงษา.“ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการรับบริการที่พักตากอากาศ ในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน”.**การค้นคว้าแบบอิสระ ศศ.ม.** (การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว). ชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียง ใหม่, ๒๕๔๒.

อุทุมพร สุราฤทธิ์.“ศึกษาปัจจัยด้านจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านการบริการของพนักงานให้บริการทางโทรศัพท์”.**วิทยานิพนธ์พฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์**. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๔๗.

(๔) รายงานการวิจัย

จิรภา ศักดิ์กิตติมาลัย และมณี สมรัก.“ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย”.**รายงานการวิจัย**. เชียงราย : มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, ๒๕๔๙.

ณัทธีร์ ศรีดี,ดร.และคณะ.“รูปแบบและกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในภาคกลาง : กระบวนการจัดการพุทธศิลป์ถิ่นสยามเพื่อความงามของจิตใจและปัญญา”.**รายงานวิจัย,** ชุดโครงการวาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน, ๒๕๕๖.

พระมหาสุทิตย์ อาภากโร (อบอุ่น) และคณะ.“รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดในกรุงเทพมหานคร”.**รายงานวิจัย.** กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติและสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๕๒.

__________. การพัฒนารูปแบบและกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย”.**รายงานวิจัย**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๕๖.

วัชรี หิรัญพันธุ์และคณะ.“โครงการแนวทางการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปการส่งเสริมการตลาดและจิตวิทยาบริการ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่”.**รายงานวิจัย**. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาราชภัฏภูเก็ต, ๒๕๔๙.

(๕) อินเตอร์เน็ต :

ศูนย์พัฒนาทรัพยากรการศึกษา มหาวิทยาสารคาม. **จิตวิทยาบริการ**. [Online]. Available from : < http://www.elearning. msu.ac.th/opencourse/๑๐๑๐๓๑๑/unit๐๑_๒.html >,๒ July ๒๐๑๔.

องค์การการท่องเที่ยว(WTO), **ความรู้เบื้องต้นการท่องเที่ยว/ความหมายของการท่องเที่ยว**/. [Online] Available from:<https://tourismatbuu.wordpress.com/>,๑๘ September ๒๐๑๔.

๒. ภาษาอังกฤษ :

Coltman. M. Michael. **Tourism Marketing**. New York : Van Nostrand Reinhold, ๑๙๘๙.

Dallen J. Timothy & Daniel H. Olsen. **Tourism, Religion and Spiritual Journeys Timothy**. London: New York, ๒๐๐๖.

Davidson, Rob. **Tourism**. Singapore : Longman Group Limited, ๑๙๙๓.

Mill. Robert Christic. **Tourism The international Business**. New Jerscy : Prentice Hall, ๑๙๙๐.

Mcintosh. W. Robert and R. Charle. S. Goeldner. **Tourism Principle Practice Philosophics** .New York : John Wiley and Sons Inc, ๑๙๘๖.

Holloway. J Christopher. **The Business of Tourism**. Plymouth : Macdonald and Evans Lid, ๑๙๘๓.

Pond.Kathleen Lingle. **The Professional Guidc : Dynamies of Tour Guiding**. New York : Van Nostrand Reinhold, ๑๙๘๓.

Pearce. P.; Morrison. A.M. and Rutledge. J.L. Tourism: Bridges across, ๑๙๙๘.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

๑. พระครูสังฆรักษ์เอกภัทร อภิฉนฺโท,ผศ.ดร.
ตำแหน่งหน้าที่การงาน
ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาชีวิตและความตาย และคณบดี คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา

๒. รศ.ดร. เทิดชาย ช่วยบำรุง
ตำแหน่งหน้าที่การงาน
คณบดีคณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านสาขาวิชาการพัฒนาการท่องเที่ยว และด้านการวิจัย

๓. ผศ.ดร. เมธาพันธ์ โพธิธีรโรจน์
ตำแหน่งหน้าที่การงาน
รองคณบดีฝ่ายวิชาการคณะมนุษยศาสตร์ อาจารย์ประจำหลักสูตร สาขาวิชาภาษาต่างประเทศ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอน

๔. ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
ตำแหน่งหน้าที่การงาน
ผู้อำนวยการหลักสูตรศิลปะศาสตร์มหาบัณฑิต ศูนย์ศึกษานอกที่ตั้งจังหวัดภูเก็ต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ คณะการจัดการการท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญด้านสาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว

๕. ดร. สมโภช ศรีวิจิตรวรกุล
ตำแหน่งหน้าที่การงาน
อาจารย์ประจำสาขาภาคจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ.๖๑๐๔.๔/๕๕

๒๕ มีนาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

นมัสการ พระครูสังฆรักษ์เอกภัทร อภิฉนฺโท,ผศ.ดร.

สิ่งที่ส่งมาด้วย โครงร่างดุษฎีนิพนธ์ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย **นายกฤษณะ ธรรมสาส์น** นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้รับอนุมัติให้ทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur โดยมีกรรมการควบคุมดุษฎีนิพนธ์ประกอบด้วย

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานกรรมการ
๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการ

การจัดทำดุษฎีนิพนธ์ดังกล่าว นิสิตได้จัดทำเครื่องมือที่จะเก็บรวบรวมข้อมูล และได้รับความเห็นชอบเบื้องต้นจากกรรมการที่ปรึกษา ไว้ชั้นหนึ่งแล้ว แต่เพื่อให้เครื่องมือที่จัดทำนั้นมีความครอบคลุมเนื้อหาวิชา แนวปฏิบัติและสอดคล้องกับหลักและกระบวนการวิจัย สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้าน วิจัย ได้โปรดพิจารณาตรวจสอบและให้ความคิดเห็น เพื่อการปรับปรุงเครื่องมือการวิจัยของนิสิตผู้นี้ด้วย สำหรับรายละเอียดอื่น ๆ นิสิตจะนำเรียนด้วยตนเอง

จึงนมัสการมาเพื่อโปรดพิจารณาตรวจเครื่องมือวิจัยดังกล่าว ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

ตรวจแล้ว
(พระครูสังฆรักษ์เอกภัทร อภิฉนฺโท)
๘ ส.ค. ๕๘

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ.๖๑๐๔.๔/ ๕๗

๑๐ เมษายน ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน รศ.ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง

สิ่งที่ส่งมาด้วย โครงร่างดุษฎีนิพนธ์ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย **นายกฤษณะ ธรรมสาส์น** นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้รับอนุมัติให้ทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว: The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur โดยมีกรรมการควบคุมดุษฎีนิพนธ์ประกอบด้วย

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานกรรมการ
๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการ

การจัดทำดุษฎีนิพนธ์ดังกล่าว นิสิตได้จัดทำเครื่องมือที่จะเก็บรวบรวมข้อมูล และได้รับความเห็นชอบเบื้องต้นจากกรรมการที่ปรึกษา ไว้ชั้นหนึ่งแล้ว แต่เพื่อให้เครื่องมือที่จัดทำนั้นมีความครอบคลุมเนื้อหาวิชา แนวปฏิบัติและสอดคล้องกับหลักและกระบวนการวิจัย สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้าน วิจัย ได้โปรดพิจารณาตรวจสอบและให้ความคิดเห็น เพื่อการปรับปรุงเครื่องมือการวิจัยของนิสิตผู้นี้ด้วย สำหรับรายละเอียดอื่น ๆ นิสิตจะนำเรียนด้วยตนเอง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาตรวจเครื่องมือวิจัยดังกล่าว ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาส นี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

ตรวจแล้ว
(รศ.ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง)
12 พ.ค 58

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ.๖๑๐๔.๔/

๒๕ มีนาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ผศ.ดร.เมธาพันธ์ โพธิธีรโรจน์

สิ่งที่ส่งมาด้วย โครงร่างดุษฎีนิพนธ์ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย **นายกฤษณะ ธรรมสาส์น** นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้รับอนุมัติให้ทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur โดยมีกรรมการควบคุมดุษฎีนิพนธ์ประกอบด้วย

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานกรรมการ
๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการ

การจัดทำดุษฎีนิพนธ์ดังกล่าว นิสิตได้จัดทำเครื่องมือที่จะเก็บรวบรวมข้อมูล และได้รับความเห็นชอบเบื้องต้นจากกรรมการที่ปรึกษา ไว้ชั้นหนึ่งแล้ว แต่เพื่อให้เครื่องมือที่จัดทำนั้นมีความครอบคลุมเนื้อหาวิชาแนวปฏิบัติและสอดคล้องกับหลักและกระบวนการวิจัย สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้าน วิจัย ได้โปรดพิจารณาตรวจสอบและให้ความคิดเห็น เพื่อการปรับปรุงเครื่องมือการวิจัยของนิสิตผู้นี้ด้วย สำหรับรายละเอียดอื่น ๆ นิสิตจะนำเรียนด้วยตนเอง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาตรวจเครื่องมือวิจัยดังกล่าว ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาส นี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

ตรวจแล้ว เห็นเครื่องมือ
เหมาะสมกับงานวิจัย
(ผศ.ดร.เมธาพันธ์ โพธิธีรโรจน์)
๑๕ พ.ค. ๕๘

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ.๖๑๐๔.๔/ ๕๕

๑๐ เมษายน ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง

สิ่งที่ส่งมาด้วย โครงร่างดุษฎีนิพนธ์ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย **นายกฤษณะ ธรรมสาส์น** นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้รับอนุมัติให้ทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว: The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur โดยมีกรรมการควบคุมดุษฎีนิพนธ์ประกอบด้วย

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานกรรมการ
๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการ

การจัดทำดุษฎีนิพนธ์ดังกล่าว นิสิตได้จัดทำเครื่องมือที่จะเก็บรวบรวมข้อมูล และได้รับความเห็นชอบเบื้องต้นจากกรรมการที่ปรึกษา ไว้ชั้นหนึ่งแล้ว แต่เพื่อให้เครื่องมือที่จัดทำนั้นมีความครอบคลุมเนื้อหาวิชาแนวปฏิบัติและสอดคล้องกับหลักและกระบวนการวิจัย สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้าน วิจัย ได้โปรดพิจารณาตรวจสอบและให้ความคิดเห็น เพื่อการปรับปรุงเครื่องมือการวิจัยของนิสิตผู้นี้ด้วย สำหรับรายละเอียดอื่น ๆ นิสิตจะนำเรียนด้วยตนเอง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาตรวจเครื่องมือวิจัยดังกล่าว ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาส นี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

ตรวจแล้ว
๑๒ พ.ค. ๕๘

ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ.๖๑๐๔.๔/

๒๕ มีนาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.สมโภช ศรีวิจิตรวรกุล

สิ่งที่ส่งมาด้วย โครงร่างดุษฎีนิพนธ์ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย **นายกฤษณะ ธรรมสาส์น** นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้รับอนุมัติให้ทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur โดยมีกรรมการควบคุมดุษฎีนิพนธ์ประกอบด้วย

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานกรรมการ
๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการ

การจัดทำดุษฎีนิพนธ์ดังกล่าว นิสิตได้จัดทำเครื่องมือที่จะเก็บรวบรวมข้อมูล และได้รับความเห็นชอบเบื้องต้นจากกรรมการที่ปรึกษา ไว้ชั้นหนึ่งแล้ว แต่เพื่อให้เครื่องมือที่จัดทำนั้นมีความครอบคลุมเนื้อหาวิชาแนวปฏิบัติและสอดคล้องกับหลักและกระบวนการวิจัย สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้าน วิจัย ได้โปรดพิจารณาตรวจสอบและให้ความคิดเห็น เพื่อการปรับปรุงเครื่องมือการวิจัยของนิสิตผู้นี้ด้วย สำหรับรายละเอียดอื่น ๆ นิสิตจะนำเรียนด้วยตนเอง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาตรวจเครื่องมือวิจัยดังกล่าว ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาส นี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

๑๗ พฤษภาคม ๒๕๕๘

ภาคผนวก ข

ตารางค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม (IOC)

ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เพื่อการวิจัย
เรื่อง
การพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

ข้อที่	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๑	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๒	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๓	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๔	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๕		
ข้อที่ ๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๒	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๓	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๔	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๕	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๖	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๗	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๘	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๙	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๑๐	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๑๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๑๒	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๑๓	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๑๔	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๑๕	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๑๖	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๑๗	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๑๘	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๑๙	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๒๐	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้

ข้อที่	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๑	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๒	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๓	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๔	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๕		
ข้อที่ ๒๑	๑	๑	๑	๐	๑	๐.๘	ใช้ได้
ข้อที่ ๒๒	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๒๓	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๒๔	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๒๕	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๒๖	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๒๗	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๒๘	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๒๙	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๓๐	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๓๑	๑	๑	๑	๑	๐	๐.๘	ใช้ได้
ข้อที่ ๓๒	๑	๑	๑	๐	๑	๐.๘	ใช้ได้
ข้อที่ ๓๓	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๓๔	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๓๕	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๓๖	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๓๗	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๓๘	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๓๙	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๔๐	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๔๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๔๒	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๔๓	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๔๔	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๔๕	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๔๖	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๔๗	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๔๘	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้

ข้อที่	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๑	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๒	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๓	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๔	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ ๕		
ข้อที่ ๔๙	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๕๐	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๕๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๕๒	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๕๓	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๕๔	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๕๕	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้
ข้อที่ ๕๖	๑	๑	๑	๑	๑	๑.๐	ใช้ได้

นายกฤษณะ ธรรมสาส์น
นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาพุทธจิตวิทยา
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability)

R E L I A B I L I T Y   A N A L Y S I S   -   S C A L E   (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
A๑	๒๔๘.๒๓๓๓	๖๑๐.๘๗๔๗	.๖๑๔๗	.๙๘๑๙
A๒	๒๔๘.๒๓๓๓	๖๑๔.๙๔๓๗	.๕๓๐๙	.๙๘๒๐
A๓	๒๔๘.๓๓๓๓	๖๑๒.๕๐๕๗	.๕๑๕๑	.๙๘๒๑
A๔	๒๔๘.๔๐๐๐	๖๐๙.๖๒๗๖	.๖๓๑๓	.๙๘๑๙
A๕	๒๔๘.๓๖๖๗	๖๐๗.๙๖๔๔	.๖๗๖๔	.๙๘๑๘
A๖	๒๔๘.๔๖๖๗	๖๐๙.๙๑๒๖	.๕๙๐๔	.๙๘๑๙
A๗	๒๔๘.๓๖๖๗	๖๑๒.๖๕๔๐	.๕๑๗๖	.๙๘๒๑
A๘	๒๔๘.๕๐๐๐	๖๐๘.๗๔๑๔	.๕๙๑๑	.๙๘๒๐
A๙	๒๔๘.๗๖๖๗	๖๐๒.๓๙๒๐	.๖๖๓๒	.๙๘๑๙
A๑๐	๒๔๘.๕๓๓๓	๖๑๐.๖๐๒๓	.๕๔๗๙	.๙๘๒๐
A๑๑	๒๔๘.๕๓๓๓	๖๑๖.๒๕๗๕	.๔๐๖๖	.๙๘๒๓
A๑๒	๒๔๘.๓๐๐๐	๖๑๔.๙๗๕๙	.๔๗๕๐	.๙๘๒๑
A๑๓	๒๔๘.๖๖๖๗	๖๐๒.๓๖๗๘	.๖๔๓๔	.๙๘๑๙
A๑๔	๒๔๘.๖๐๐๐	๖๐๕.๓๕๑๗	.๖๙๙๓	.๙๘๑๘
A๑๕	๒๔๘.๕๖๖๗	๖๐๗.๗๐๒๓	.๖๖๐๑	.๙๘๑๘
A๑๖	๒๔๘.๒๐๐๐	๖๐๘.๙๙๓๑	.๖๑๖๙	.๙๘๑๙
A๑๗	๒๔๘.๒๖๖๗	๖๑๕.๕๑๒๖	.๔๕๑๓	.๙๘๒๒
B๑	๒๔๘.๑๖๖๗	๖๐๕.๕๙๒๐	.๗๒๙๔	.๙๘๑๗
B๒	๒๔๘.๑๓๓๓	๖๐๔.๗๔๐๒	.๗๖๐๙	.๙๘๑๖
B๓	๒๔๘.๒๖๖๗	๖๐๐.๓๔๐๒	.๗๗๖๓	.๙๘๑๖
B๔	๒๔๘.๒๓๓๓	๕๙๕.๙๐๙๒	.๘๔๕๙	.๙๘๑๕

R E L I A B I L I T Y   A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
B๕	๒๔๘.๑๓๓๓	๖๐๗.๑๕๔๐	.๗๕๒๘	.๙๘๑๗
B๖	๒๔๘.๐๖๖๗	๖๐๘.๖๑๖๑	.๘๑๔๙	.๙๘๑๖
B๗	๒๔๘.๑๖๖๗	๕๙๘.๙๐๒๓	.๘๗๕๓	.๙๘๑๔
B๘	๒๔๘.๑๖๖๗	๖๐๖.๐๗๔๗	.๗๘๗๘	.๙๘๑๖
B๙	๒๔๘.๓๐๐๐	๖๐๔.๒๘๖๒	.๗๑๘๑	.๙๘๑๗
B๑๐	๒๔๘.๑๖๖๗	๖๐๘.๕๕๗๕	.๖๙๘๑	.๙๘๑๘
B๑๑	๒๔๘.๑๓๓๓	๖๐๐.๙๔๗๑	.๘๘๖๙	.๙๘๑๔
B๑๒	๒๔๘.๑๓๓๓	๖๑๐.๗๔๐๒	.๖๒๓๐	.๙๘๑๙
B๑๓	๒๔๘.๑๓๓๓	๖๑๒.๐๕๐๖	.๖๕๑๙	.๙๘๑๘
B๑๔	๒๔๘.๒๓๓๓	๖๐๖.๘๗๔๗	.๗๕๘๘	.๙๘๑๗
B๑๕	๒๔๘.๓๖๖๗	๖๐๒.๖๕๔๐	.๗๒๗๕	.๙๘๑๗
B๑๖	๒๔๘.๒๓๓๓	๖๐๒.๘๗๔๗	.๖๕๘๒	.๙๘๑๙
B๑๗	๒๔๘.๒๐๐๐	๖๐๕.๖๑๓๘	.๖๖๙๕	.๙๘๑๘
B๑๘	๒๔๘.๒๐๐๐	๖๐๔.๗๘๖๒	.๘๓๒๙	.๙๘๑๕
B๑๙	๒๔๘.๓๓๓๓	๖๐๗.๓๓๓๓	.๗๖๓๓	.๙๘๑๗
B๒๐	๒๔๘.๔๐๐๐	๖๐๘.๒๔๘๓	.๖๗๙๐	.๙๘๑๘
B๒๑	๒๔๘.๒๖๖๗	๖๐๘.๑๓๓๓	.๕๙๖๓	.๙๘๒๐
B๒๒	๒๔๘.๑๓๓๓	๖๐๕.๔๒๙๙	.๘๑๕๖	.๙๘๑๖
B๒๓	๒๔๘.๒๖๖๗	๖๐๔.๔๗๘๒	.๗๖๙๖	.๙๘๑๖
B๒๔	๒๔๘.๒๓๓๓	๖๐๖.๑๘๕๑	.๗๘๓๘	.๙๘๑๖
B๒๕	๒๔๘.๖๐๐๐	๕๙๙.๒๑๓๘	.๖๓๐๗	.๙๘๒๑

R E L I A B I L I T Y   A N A L Y S I S   -   S C A L E   (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C๑	๒๔๘.๑๖๖๗	๖๐๕.๕๒๓๐	.๘๐๗๗	.๙๘๑๖
C๒	๒๔๘.๑๐๐๐	๖๐๗.๗๔๘๓	.๘๓๗๑	.๙๘๑๖
C๓	๒๔๘.๐๓๓๓	๖๐๖.๔๔๗๑	.๘๑๐๓	.๙๘๑๖
C๔	๒๔๘.๓๐๐๐	๕๙๗.๑๘๒๘	.๘๑๗๙	.๙๘๑๕
C๕	๒๔๘.๒๐๐๐	๕๙๘.๖๔๘๓	.๘๘๒๐	.๙๘๑๔
C๖	๒๔๘.๑๓๓๓	๖๐๕.๙๘๑๖	.๗๙๕๕	.๙๘๑๖
C๗	๒๔๘.๑๐๐๐	๖๐๙.๓๓๔๕	.๗๗๑๕	.๙๘๑๗
C๘	๒๔๘.๑๐๐๐	๖๐๙.๓๓๔๕	.๗๗๑๕	.๙๘๑๗
C๙	๒๔๘.๑๓๓๓	๖๐๗.๙๑๒๖	.๘๒๐๖	.๙๘๑๖
C๑๐	๒๔๘.๑๐๐๐	๖๐๗.๕๔๑๔	.๘๔๕๗	.๙๘๑๖
C๑๑	๒๔๘.๑๐๐๐	๖๐๘.๙๘๙๗	.๗๘๕๘	.๙๘๑๗
C๑๒	๒๔๘.๓๖๖๗	๖๐๘.๑๗๑๓	.๕๓๐๐	.๙๘๒๑
C๑๓	๒๔๘.๑๐๐๐	๖๐๕.๒๖๕๕	.๗๔๙๒	.๙๘๑๗
C๑๔	๒๔๘.๐๖๖๗	๖๐๙.๓๗๔๗	.๗๘๓๐	.๙๘๑๗

Reliability Coefficients

N of Cases =   ๓๐.๐   N of Items = ๕๗

Alpha =   .๙๘๒๑

<u>หมายเหตุ</u>

A๑- A๑๗ = แนวคิดจิตวิทยาบริการ

B๑- B๒๕ = ลักษณะและแนวปฏิบัติในการให้บริการ

C๑- C๑๕ = การพัฒนารูปแบบการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการ

ภาคผนวก ค

แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง : การพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
****

คำชี้แจง :

๑. แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัยในระดับปริญญาเอกสาขาพุทธจิตวิทยา โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาหลักจิตวิทยาบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว และหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการบริการ เพื่อพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว และเพื่อเสนอรูปแบบพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงขอความร่วมมือจากทุกท่าน ได้พิจารณาและให้ข้อมูลตามความเป็นจริงหรือตามคิดเห็นของท่าน

๒. แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย ๔ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน ๗ ข้อ

ตอนที่ ๒ แนวคิดจิตวิทยาบริการ จำนวน ๑๗ ข้อ

ตอนที่ ๓ ลักษณะ และแนวปฏิบัติในการให้บริการ จำนวน ๒๕ ข้อ

ตอนที่ ๔ การพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว จำนวน ๑๔ ข้อ

ตอนที่ ๕ ข้อเสนอแนะ และปัญหาอุปสรรคในการให้บริการเชิงจิตวิทยา

๓. กรุณาตอบทุกข้อเพื่อความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูล

ขอบคุณทุกท่านที่ร่วมมือตอบแบบสอบถาม
นายกฤษณะ ธรรมสาส์น
นิสิตปริญญาเอก พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาพุทธจิตวิทยา
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตอนที่ ๑ ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับข้อเท็จจริง/ตามความคิดเห็นของท่าน

๑. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง ☐ ชาย-หญิง ข้ามเพศ

๒. อายุ

☐ น้อยกว่า ๒๐ ปี ☐ ๒๑ – ๓๐ ปี ☐ ๓๑ – ๔๐ ปี
☐ ๔๑ – ๕๐ ปี ☐ ๕๑ – ๖๐ ปี ☐ มากกว่า ๖๐ ปี

๓. ระดับการศึกษา

☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา
☐ อนุปริญญา ☐ ปริญญาตรี
☐ สูงกว่าปริญญาตรี ☐ อื่น ๆ ระบุ......................

๔. ประเภทกิจกรรมหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้การบริการของท่าน

☐ การให้การบริการภาครัฐ ☐ การบริการในธุรกิจส่วนตัว
☐ พนักงานบริษัทเอกชน ☐ บริษัทท่องเที่ยว
☐ พนักงานต้อนรับ ☐ อื่น ๆ ระบุ..............................

๕. รายได้ในครอบครัว/เดือน

☐ ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐ บาท ☐ ๑๐,๐๐๑–๑๕,๐๐๐บาท
☐ ๑๕,๐๐๑ – ๒๐,๐๐๐ บาท ☐ ๒๐,๐๐๑ -๒๕,๐๐๐ บาท
☐ ๒๕,๐๐๑ บาทขึ้นไป

๖. ลักษณะการบริการของท่าน

☐ การให้บริการสุขภาพ ☐ การให้บริการการเงิน
☐ การบริการท่องเที่ยว ☐ การบริการอาหาร-เครื่องดื่ม
☐ การบริการขนส่ง ☐ การบริการด้านที่ปรึกษา
☐ อื่นๆ ระบุ..............................

๗. กลุ่มบุคคลที่ท่านให้การบริการ (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

☐ วัยรุ่น ☐ วัยทำงาน ☐ ผู้ป่วย
☐ ผู้สูงอายุ ☐ กลุ่มสุขภาพ ☐ กลุ่มสวัสดิการสังคม
☐ กลุ่มนักท่องเที่ยว ☐ อื่น ๆ ระบุ..............................

ตอนที่ ๒ แนวคิดจิตวิทยาบริการ

จากการที่ท่านทำงานด้านการให้บริการด้านต่างๆ ท่านคิดว่า จิตวิทยาบริการมีความสำคัญอย่างไร ในการที่จะพัฒนาให้การบริการให้ดียิ่งขึ้น กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับข้อเท็จจริง/ตามความคิดเห็นของท่าน เพียงช่องเดียว

คำอธิบายในการตอบ :

๕	หมายถึง	มีความสำคัญมากที่สุด
๔	หมายถึง	มีความสำคัญมาก
๓	หมายถึง	มีความสำคัญปานกลาง
๒	หมายถึง	มีความสำคัญน้อย
๑	หมายถึง	มีความสำคัญน้อยมาก

แนวคิดจิตวิทยาบริการ	ระดับความคิดเห็น/ความสำคัญ				
	๕	๔	๓	๒	๑
๑. จิตวิทยาบริการคือพื้นฐานของการตอบสนองความต้องการของมนุษย์					
๒. จิตวิทยาบริการมีขึ้นเพื่อให้อำนวยความสะดวกต่อความต้องการของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ					
๓. จิตวิทยาบริการมีขึ้นเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด					
๔. จิตวิทยาบริการเป็นการจัดการระบบการบริการที่มีคุณภาพ					
๕. จิตวิทยาบริการมีขึ้นเพื่อให้ได้การบริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด					
๖. จิตวิทยาบริการมีขึ้นเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมของผู้ให้บริการในการให้บริการที่ดีขึ้น					
๗. จิตวิทยาบริการเป็นพฤติกรรมที่สร้างความสุขให้กับผู้รับบริการ					
๘. จิตวิทยาบริการเป็นพฤติกรรมการบริการที่แสดงออกด้านการแต่งกาย สีหน้า แววตา ท่าทาง และการพูดจา					
๙. จิตวิทยาการบริการ เป็นงานที่ดำเนินการเพื่อประโยชน์ในเชิงธุรกิจ					
๑๐. จิตวิทยาบริการทำให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภค การจัดการระบบการบริการและการประเมินผลการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ					
๑๑. จิตวิทยาบริการก่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการเพื่อให้เข้าใจบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบ					
๑๒. จิตวิทยาบริการมีเพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพของการบริการด้วยกลยุทธ์การบริการที่สร้างความประทับใจและมีคุณธรรม					
๑๓. จิตวิทยาบริการมีเพื่อตระหนักถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงการบริการ และคุณภาพของการบริการที่สังคมต้องการ					

แนวคิดจิตวิทยาบริการ	ระดับความคิดเห็น/ความสำคัญ				
	๕	๔	๓	๒	๑
๑๔. จิตวิทยาบริการมีเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระบบการบริการ รวมทั้งปัญหาข้อบกพร่องของการปฏิบัติงานบริการในอันที่จะปรับปรุงหรือแก้ไขให้การบริการดำเนินไปด้วยดี					
๑๕. ความสำคัญของจิตวิทยามีเพื่อผู้ปฏิบัติงานบริการ ทำให้เกิดการรับรู้เป้าหมายของการให้การบริการที่ถูกต้อง ทำให้ตระหนักถึงบทบาท และพฤติกรรมของการบริการที่ผู้ปฏิบัติงานบริการแก้ไขปัญหาต่างๆได้					
๑๖. การทำความเข้าใจเกี่ยวกับจิตวิทยาการบริการมีความสำคัญต่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการทุกระดับทั้งในฐานะของผู้ให้และผู้รับบริการ					
๑๗. ศิลปะของจิตวิทยาการบริการ คือ คุณภาพและประสิทธิภาพของการให้บริการอย่างแท้จริง					

ตอนที่ ๓ ลักษณะ และแนวปฏิบัติในการให้บริการ

จากการที่ท่านทำงานด้านการบริการมาอย่างต่อเนื่อง ท่านได้มีแนวปฏิบัติในการให้การบริการตามหลักจิตวิทยาบริการอย่างไร

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับข้อเท็จจริง/ตามความคิดเห็นของท่านเพียงช่องเดียว

ลักษณะ และแนวปฏิบัติในการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น/ความสำคัญ				
	๕	๔	๓	๒	๑
๑. ท่านบริการด้วยการแต่งกายที่สุขภาพ สะอาด เรียบร้อย					
๒. ท่านบริการด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส					
๓. ท่านบริการด้วยการพูดจาที่ไพเราะ					
๔. ท่านบริการด้วยการระมัดระวังคำพูด และใช้คำที่สุภาพนุ่มนวล					
๕. ท่านบริการด้วยการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างทันทีด้วยความเต็มใจ					
๖. ท่านบริการด้วยการมีไมตรีจิต ให้ผู้รับบริการรู้สึกอบอุ่นใจ					
๗. ท่านรับฟังข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข					
๘. ท่านช่วยถือของให้อย่างเต็มใจ เมื่อผู้รับบริการต้องการ					
๙. ท่านให้บริการผู้รับบริการตรงตามความต้องการ					
๑๐.ท่านให้บริการตามเวลาที่ให้สัญญาไว้กับผู้รับบริการ					
๑๑. ท่านให้บริการอย่างเอาใจใส่					

ลักษณะและแนวปฏิบัติในการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น/ความสำคัญ				
	๕	๔	๓	๒	๑
๑๒. ท่านสามารถทำให้ผู้รับบริการรู้สึกไว้วางใจได้					
๑๓. ท่านสร้างความประทับใจที่ดีให้ผู้รับบริการ					
๑๔. ท่านรักษาสัมพันธภาพกับผู้รับบริการได้มั่นคง					
๑๕. ท่านไม่รับปากหรือสัญญากับผู้รับบริการในสิ่งที่ทำไม่ได้					
๑๖. ท่านรับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการเพื่อนำมาพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้นอยู่เสมอ					
๑๗. ทำให้ผู้รับบริการมีความระลึกถึง กลับมาใช้บริการอีก					
๑๘. ช่วยให้งานบรรลุเป้าหมาย สร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ					
๑๙. ช่วยให้เข้าใจคุณค่า และความสำคัญของผู้รับบริการ และการบริการที่เป็นเลิศ					
๒๐. ท่านสามารถเพิ่มลูกค้าใหม่ได้หรือสามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้					
๒๑. ท่านปกปิดความลับของผู้รับบริการได้					
๒๒. ท่านให้การบริการที่ดีทำให้ลูกค้ามีความประทับใจ					
๒๓. ท่านช่วยให้การบริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น จากประสบการณ์การทำงานที่มากขึ้น					
๒๔. การให้บริการที่ดี สร้างความเจริญรุ่งเรืองให้แก่หน่วยงาน					
๒๕. เป็นที่ปรึกษาในบางเรื่องได้					

ตอนที่ ๔ การพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว

ท่านคิดว่าแนวการพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว ท่านมีความคิดเห็น และให้ความสำคัญการให้การบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างไร กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับข้อเท็จจริง/ตามความคิดเห็นของท่าน เพียงช่องเดียว

การพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น/ความสำคัญ				
	๕	๔	๓	๒	๑
๑. แสดงไมตรีและความหวังดี ด้วยการช่วยเหลือโดยเต็มใจ แสดงกิริยาที่สุภาพ					
๒. ช่วยบอกในสิ่งที่เป็นประโยชน์ กล่าววาจาสุภาพ					

การพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น/ความสำคัญ				
	๕	๔	๓	๒	๑
๓. ตั้งจิตปรารถนาดี คิดทำสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่กัน มองกันในแง่ดี มีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสต่อกัน					
๔. รู้จักแบ่งปัน รู้จักให้ซึ่งกันและกัน					
๕. เคารพรับฟังความคิดเห็นกัน ยึดถือหลักแห่งความดีงาม					
๖. มีความประพฤติสุจริตดีงาม มีศีลหรือยึดระเบียบปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอรักษาระเบียบวินัยของส่วนรวม ไม่ทำตนให้เป็นที่น่ารังเกียจ					
๗. เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ ให้ความรู้ ความเข้าใจในการบริการ					
๘. ใช้วิธีการพูดในเชิงบวก ใช้คำสุภาพ ไพเราะน่าฟัง					
๙. ทำประโยชน์แก่กันด้วยการช่วยเหลือช่วยแก้ไขปัญหา					
๑๐. ทำตัวให้เข้ากับผู้อื่นได้ วางตนเสมอต้นเสมอปลาย					
๑๑. มีความรัก ปรารถนาดี อยากให้ผู้อื่นมีความสุข					
๑๒. คิดช่วยให้พ้นทุกข์ ปลดเปลื้องบำบัดความทุกข์เดือดร้อนของผู้อื่น					
๑๓. มีความยินดีเมื่อผู้อื่นได้ดี มีความสุข					
๑๔. มองสรรพสิ่งอย่างเป็นกลาง หรือเห็นสิ่งต่างๆ ตามความเป็นจริง					

ตอนที่ ๕ ข้อเสนอแนะ และปัญหาอุปสรรคในการให้บริการเชิงจิตวิทยา

๑. ปัญหาอุปสรรคในการให้บริการ (เชิงจิตวิทยา)

๑...

๒...

๓...

๔...

๕...

๒. ข้อเสนอแนะด้านจิตวิทยาบริการ

๑...

๒...

๓...

๔...

๕...

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

เรื่อง : การพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

****

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. ชื่อ (นามสมมุติ)...

๒. อายุ............................... ปี

๓. เพศ...

๔. ระดับการศึกษา...

๕. อาชีพที่เกี่ยวข้องกับการบริการ..

แบบสัมภาษณ์

๑. ท่านคิดว่าจิตวิทยาบริการ คืออะไร ? มีความสำคัญหรือไม่ ? อย่างไร ?

๒. ท่านคิดว่าจิตวิทยาบริการ ส่งเสริมต่ออาชีพการบริการด้านท่องเที่ยวหรือไม่ ? อย่างไร ?

๓. ท่านนำหลักธรรมทางพุทธศาสนาประยุกต์ใช้เข้ามาใช้ในอาชีพการบริการหรือไม่ ? อย่างไร ?

๔. ท่านพัฒนารูปแบบการบริการตามหลักพุทธจิตวิทยาสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวหรือไม่ ? อย่างไร ?

๕. ท่านพัฒนาจิตวิทยาบริการตามแนวพระพุทธศาสนาโดยการสอน และแนะนำเพื่อนร่วมงาน หรือพนักงานในที่ทำงานด้วยหรือไม่ ? อย่างไร ?

๖. ปัญหาและอุปสรรคของอาชีพการบริการมีหรือไม่ ? อย่างไร ?

ภาคผนวก ง

หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย : การสัมภาษณ์เชิงลึก

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ ๖๑๐๔.๔/๗๕

๙ สิงหาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์และเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน **ดร.ยุทธนา ทัพเจริญ** สมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ อดีตผู้ว่าการรถไฟแห่งประเทศไทย

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

เนื่องด้วย นายกฤษณะ ธรรมสาส์น รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๕๐๓๘๕๒ นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กำลังทำดุษฎีนิพนธ์ การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว โดยมี

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานที่ปรึกษา

๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการที่ปรึกษา

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธพิจารณาเห็นแล้วว่า ท่านเป็นบุคคลต้นแบบผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ พร้อมทั้งมีผลงานอันเป็นที่ประจักษ์และยอมรับ สามารถให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวได้อย่างยิ่ง จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านพิจารณาอนุญาตให้นิสิตดำเนินการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาใช้ในการทำวิจัยอันจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป พร้อมทั้งเก็บข้อมูลในการวิจัยเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวต่อไป ทั้งนี้ วัน เวลา และสถานที่ในการดำเนินการสัมภาษณ์ตามแต่ท่านจะพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตร พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ ๖๑๐๔.๔/๗๕

๙ สิงหาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์และเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน **ศาสตราจารย์ ดร.สุชัชวีร์ สุวรรณสวัสดิ์** อธิการบดีสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

เนื่องด้วย นายกฤษณะ ธรรมสาส์น รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๕๐๓๘๕๒ นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กำลังทำดุษฎีนิพนธ์ การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว โดยมี

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานที่ปรึกษา
๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการที่ปรึกษา

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธพิจารณาเห็นแล้วว่า ท่านเป็นบุคคลต้นแบบผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ พร้อมทั้งมีผลงานอันเป็นที่ประจักษ์และยอมรับ สามารถให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวได้อย่างยิ่ง จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านพิจารณาอนุญาตให้นิสิตดำเนินการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาใช้ในการทำวิจัยอันจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป พร้อมทั้งเก็บข้อมูลในการวิจัยเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวต่อไป ทั้งนี้ วัน เวลา และสถานที่ในการดำเนินการสัมภาษณ์ตามแต่ท่านจะพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตร พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

ยินดีเป็นอย่างยิ่ง

28 สค.58

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ ๖๑๐๔.๔/๗๕

๙ สิงหาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์และเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน **รองศาสตราจารย์ ผดุงยศ ดวงมาลา** B.Sc. ,M.S. (Sci.Ed.),Ph.D.Rompaku อดีตรองอธิการบดี มหาวิทยาสงขลานครินทร์ , มหาวิทยาลัยนครพนม ปัจจุบัน นักวิชาการอุดมศึกษาอิสระ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

เนื่องด้วย นายกฤษณะ ธรรมสาส์น รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๕๐๓๘๕๒ นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กำลังทำดุษฎีนิพนธ์ การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว โดยมี

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานที่ปรึกษา

๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการที่ปรึกษา

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธพิจารณาเห็นแล้วว่า ท่านเป็นบุคคลต้นแบบผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ พร้อมทั้งมีผลงานอันเป็นที่ประจักษ์และยอมรับ สามารถให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวได้อย่างยิ่ง จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านพิจารณาอนุญาตให้นิสิตดำเนินการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาใช้ในการทำวิจัยอันจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป พร้อมทั้งเก็บข้อมูลในการวิจัยเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวต่อไป ทั้งนี้ วัน เวลา และสถานที่ในการดำเนินการสัมภาษณ์ตามแต่ท่านจะพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตร พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

(ผดุงยศ ดวงมาลา)
20 ส.ค. 2558

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ ๖๑๐๔.๔/๗๕

๙ สิงหาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์และเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน **คุณวิโรจน์ สิตประเสริฐนันท์** นายกสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

เนื่องด้วย นายกฤษณะ ธรรมสาส์น รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๕๐๓๘๕๒ นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กำลังทำดุษฎีนิพนธ์ การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว โดยมี

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานที่ปรึกษา

๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการที่ปรึกษา

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธพิจารณาเห็นแล้วว่า ท่านเป็นบุคคลต้นแบบผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ พร้อมทั้งมีผลงานอันเป็นที่ประจักษ์และยอมรับ สามารถให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวได้อย่างยิ่ง จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านพิจารณาอนุญาตให้นิสิตดำเนินการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาใช้ในการทำวิจัยอันจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป พร้อมทั้งเก็บข้อมูลในการวิจัยเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวต่อไป ทั้งนี้ วัน เวลา และสถานที่ในการดำเนินการสัมภาษณ์ตามแต่ท่านจะพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตร พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

(นายวิโรจน์ สิตประเสริฐนันท์)
14/8/58

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ ๖๑๐๔.๔/๗๕

๙ สิงหาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์และเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน **คุณวีรินทร์ อรรถไกรรัตน์** กรรมการผู้จัดการ บ.วันเดอร์ฟูลไทมส์ จำกัด

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

เนื่องด้วย นายกฤษณะ ธรรมสาส์น รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๕๐๓๘๕๒ นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กำลังทำดุษฎีนิพนธ์ การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว โดยมี

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานที่ปรึกษา

๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการที่ปรึกษา

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธพิจารณาเห็นแล้วว่า ท่านเป็นบุคคลต้นแบบผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ พร้อมทั้งมีผลงานอันเป็นที่ประจักษ์และยอมรับ สามารถให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวได้อย่างยิ่ง จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านพิจารณาอนุญาตให้นิสิตดำเนินการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาใช้ในการทำวิจัยอันจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป พร้อมทั้งเก็บข้อมูลในการวิจัยเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวต่อไป ทั้งนี้ วัน เวลา และสถานที่ในการดำเนินการสัมภาษณ์ตามแต่ท่านจะพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตร พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

วีรินทร์ อรรถไกรรัตน์
11/8/58

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ ๖๑๐๔.๔/๗๕

๙ สิงหาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์และเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน **คุณสุธรรม แซ่หลู่** พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน(สายการบินไทย)ชั้นบริการชั้นที่๑.

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

เนื่องด้วย นายกฤษณะ ธรรมสาส์น รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๕๐๓๘๕๒ นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กำลังทำดุษฎีนิพนธ์ การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว โดยมี

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานที่ปรึกษา
๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการที่ปรึกษา

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธพิจารณาเห็นแล้วว่า ท่านเป็นบุคคลต้นแบบผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ พร้อมทั้งมีผลงานอันเป็นที่ประจักษ์และยอมรับ สามารถให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวได้อย่างยิ่ง จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านพิจารณาอนุญาตให้นิสิตดำเนินการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาใช้ในการทำวิจัยอันจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป พร้อมทั้งเก็บข้อมูลในการวิจัยเพื่อเป็นประโยชนในการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวต่อไป ทั้งนี้ วัน เวลา และสถานที่ในการดำเนินการสัมภาษณ์ตามแต่ท่านจะพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตร พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

สุธรรม แซ่หลู่
20 Aug 15

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ ๖๑๐๔.๔/๗๕

๙ สิงหาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์และเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน **คุณสมศักดิ์ ทิพยรัตน** กรรมการบริหารฝ่ายจัดหาวัตถุดิบภายในประเทศและลูกค้าสัมพันธ์ บ.ทวีทรัพย์ (จิวแจ๊เฮง) จำกัด

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

เนื่องด้วย นายกฤษณะ ธรรมสาส์น รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๕๐๓๘๕๒ นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กำลังทำดุษฎีนิพนธ์ การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว โดยมี

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานที่ปรึกษา
๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการที่ปรึกษา

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธพิจารณา เห็นแล้วว่า ท่านเป็นบุคคลต้นแบบผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ พร้อมทั้งมีผลงานอันเป็นที่ประจักษ์และยอมรับ สามารถให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวได้อย่างยิ่ง จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านพิจารณาอนุญาตให้นิสิตดำเนินการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาใช้ในการทำวิจัยอันจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป พร้อมทั้งเก็บข้อมูลในการวิจัยเพื่อเป็นประโยชนในการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวต่อไป ทั้งนี้ วัน เวลา และสถานที่ในการดำเนินการสัมภาษณ์ตามแต่ท่านจะพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตร พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

ด้วยความยินดี ครับ.
สมศักดิ์ ทิพยรัตน์พรหวี
13 สิงหาคม 2558.

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ ๖๑๐๔.๔/๗๕

๙ สิงหาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์และเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน **คุณสมศักดิ์ ทิพยรัตน** กรรมการบริหารฝ่ายจัดหาวัตถุดิบภายในประเทศและลูกค้าสัมพันธ์ บ.ทวีทรัพย์ (จิวแจ๊เฮง) จำกัด

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

เนื่องด้วย นายกฤษณะ ธรรมสาส์น รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๕๐๓๘๕๒ นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กำลังทำดุษฎีนิพนธ์ การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว โดยมี

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานที่ปรึกษา

๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการที่ปรึกษา

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธพิจารณาเห็นแล้วว่า ท่านเป็นบุคคลต้นแบบผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ พร้อมทั้งมีผลงานอันเป็นที่ประจักษ์และยอมรับ สามารถให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวได้อย่างยิ่ง จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านพิจารณาอนุญาตให้นิสิตดำเนินการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาใช้ในการทำวิจัยอันจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป พร้อมทั้งเก็บข้อมูลในการวิจัยเพื่อเป็นประโยชนในการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวต่อไป ทั้งนี้ วัน เวลา และสถานที่ในการดำเนินการสัมภาษณ์ตามแต่ท่านจะพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตร พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

ด้วยความยินดี ครับ.
สมศักดิ์ ทิพยรัตน์พรหวี
13 สิงหาคม 2558.

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ ๖๑๐๔.๔/๗๕

๙ สิงหาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์และเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน **คุณศิวพร ศุภรัตนดิลก** พนง.ประชาสัมพันธ์ ๕ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

เนื่องด้วย นายกฤษณะ ธรรมสาส์น รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๕๐๓๘๕๒ นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กำลังทำดุษฎีนิพนธ์ การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว โดยมี

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานที่ปรึกษา

๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการที่ปรึกษา

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธพิจารณาเห็นแล้วว่า ท่านเป็นบุคคลต้นแบบผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ พร้อมทั้งมีผลงานอันเป็นที่ประจักษ์และยอมรับ สามารถให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวได้อย่างยิ่ง จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านพิจารณาอนุญาตให้นิสิตดำเนินการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาใช้ในการทำวิจัยอันจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป พร้อมทั้งเก็บข้อมูลในการวิจัยเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวต่อไป ทั้งนี้ วัน เวลา และสถานที่ในการดำเนินการสัมภาษณ์ตามแต่ท่านจะพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตร พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

ยินดีให้สัมภาษณ์ค่ะ
ศิวพร
17 สิงหา '58

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ ๖๑๐๔.๔/๗๕

๙ สิงหาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์และเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน **คุณพารินธร รัตน์นราทร** Project Accounting Manager,Black & Veatch Thailand Ltd.

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

เนื่องด้วย นายกฤษณะ ธรรมสาส์น รหัสประจำตัวนิสิต ๕๕๐๑๕๐๓๘๕๒ นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กำลังทำดุษฎีนิพนธ์ การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว โดยมี

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานที่ปรึกษา
๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการที่ปรึกษา

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธพิจารณาเห็นแล้วว่า ท่านเป็นบุคคลต้นแบบผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ พร้อมทั้งมีผลงานอันเป็นที่ประจักษ์และยอมรับ สามารถให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวได้อย่างยิ่ง จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านพิจารณาอนุญาตให้นิสิตดำเนินการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาใช้ในการทำวิจัยอันจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป พร้อมทั้งเก็บข้อมูลในการวิจัยเพื่อเป็นประโยชนในการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวต่อไป ทั้งนี้ วัน เวลา และสถานที่ในการดำเนินการสัมภาษณ์ตามแต่ท่านจะพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตร พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

(นางสาวพารินธร รัตน์นราทร)
14/8/58

หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย : การสนทนากลุ่ม

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ ๖๑๐๔.๔/๗๕

๒๗ กันยายน ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

นมัสการ **พระมหาณรงค์ศักดิ์ ฐิติญาโณ,ผศ.ดร.** อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. กำหนดการ จำนวน ๑ ฉบับ
๒. เอกสารประกอบการสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ เล่ม

เนื่องด้วย นายกฤษณะ ธรรมสาส์น นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กำลังทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว โดยมี

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานกรรมการ
๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการ

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา พิจารณาเห็นแล้วว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดียิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เรื่อง "การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว" ในวันจันทร์ที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘ เวลา ๑๓.๐๐ – ๑๖.๐๐ น. ณ วัดสุทธิวราราม กรุงเทพฯ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงนมัสการมาเพื่อเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ตามวันเวลา และสถานที่ ดังกล่าวข้างต้น

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตร พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

พระมหาณรงค์ศักดิ์ ฐิติญาโณ
วันจันทร์ที่ ๕ ตุลาคม พุทธศักราช ๒๕๕๘

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ ๖๑๐๔.๔/๗๕

๒๗ กันยายน ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

เรียน **คุณจุติพร ทัพเจริญ** ประธานผู้พิพากษาสมทบศาลเยาวชน จ.ปทุมธานี

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. กำหนดการ จำนวน ๑ ฉบับ
๒. เอกสารประกอบการสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ เล่ม

เนื่องด้วย นายกฤษณะ ธรรมสาส์น นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กำลังทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว โดยมี

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานกรรมการ
๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการ

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา พิจารณาเห็นแล้วว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดียิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เรื่อง "การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว" ในวันจันทร์ที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘ เวลา ๑๓.๐๐ – ๑๖.๐๐ น. ณ วัดสุทธิวราราม กรุงเทพฯ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนเชิญมาเพื่อเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ตามวันเวลา และสถานที่ ดังกล่าวข้างต้น

ขอแสดงความนับถือ

เข้าร่วมได้

๕ ต.ค. ๕๘

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตร พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ ๖๑๐๔.๔/๗๕

๒๗ กันยายน ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

เรียน **ผศ.สุปรียา บุญยเกตุ** กรรมการผู้จัดการบริษัททูบายโฟร์จำกัด

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. กำหนดการ จำนวน ๑ ฉบับ
๒. เอกสารประกอบการสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ เล่ม

เนื่องด้วย นายกฤษณะ ธรรมสาส์น นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กำลังทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว โดยมี

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานกรรมการ
๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการ

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา พิจารณาเห็นแล้วว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดียิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เรื่อง “การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว” ในวันจันทร์ที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘ เวลา ๑๓.๐๐ – ๑๖.๐๐ น. ณ วัดสุทธิวราราม กรุงเทพฯ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนเชิญมาเพื่อเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ตามวันเวลา และสถานที่ ดังกล่าวข้างต้น

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตร พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ ๖๑๐๔.๔/๗๕

๒๗ กันยายน ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

เรียน **ผศ.ชนิสรา ศิลานุกิจ** หัวหน้าภาคบริหารการศึกษาและอาจารย์คณะศึกษาศาสตร์ ม.รามคำแหง

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. กำหนดการ จำนวน ๑ ฉบับ
๒. เอกสารประกอบการสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ เล่ม

เนื่องด้วย นายกฤษณะ ธรรมสาส์น นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กำลังทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว โดยมี

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานกรรมการ
๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการ

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา พิจารณาเห็นแล้วว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดียิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เรื่อง "การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว" ในวันจันทร์ที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘ เวลา ๑๓.๐๐ – ๑๖.๐๐ น. ณ วัดสุทธิวราราม กรุงเทพฯ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนเชิญมาเพื่อเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ตามวันเวลา และสถานที่ ดังกล่าวข้างต้น

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตร พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

ที่ ศธ ๖๑๐๔.๔/๗๕

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

๒๗ กันยายน ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

เรียน **คุณศรีภัทรา ชาญูวานิชบริการ** อดีต CEO Mitsui OSK Line. (Import and export)

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. กำหนดการ จำนวน ๑ ฉบับ
๒. เอกสารประกอบการสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ เล่ม

เนื่องด้วย นายกฤษณะ ธรรมสาส์น นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กำลังทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว โดยมี

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานกรรมการ
๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการ

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา พิจารณาเห็นแล้วว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดียิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เรื่อง “การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว” ในวันจันทร์ที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘ เวลา ๑๓.๐๐ – ๑๖.๐๐ น. ณ วัดสุทธิวราราม กรุงเทพฯ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนเชิญมาเพื่อเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ตามวันเวลา และสถานที่ ดังกล่าวข้างต้น

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตร พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ ๖๑๐๔.๔/๗๕

๒๗ กันยายน ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

เรียน **คุณจริยา ธรรมสาส์น** ผู้จัดการทั่วไป บริษัทบิ๊กไฟร์แทรเวลจำกัด

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. กำหนดการ จำนวน ๑ ฉบับ
๒. เอกสารประกอบการสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ เล่ม

เนื่องด้วย นายกฤษณะ ธรรมสาส์น นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กำลังทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว โดยมี

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานกรรมการ
๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการ

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา พิจารณาเห็นแล้วว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดียิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เรื่อง “การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว” ในวันจันทร์ที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘ เวลา ๑๓.๐๐ – ๑๖.๐๐ น. ณ วัดสุทธิวราราม กรุงเทพฯ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนเชิญมาเพื่อเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ตามวันเวลา และสถานที่ ดังกล่าวข้างต้น

เข้าร่วมด้วย
๕ ต.ค. ๕๘

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตร พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ ๖๑๐๔.๔/๗๕

๒๗ กันยายน ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

เรียน **คุณประสงค์ เชิดไชยกุล** ผู้จัดการฝ่ายขายและการตลาดสายการบินเอเชียแอตแลนติกแอร์ไลท์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. กำหนดการ จำนวน ๑ ฉบับ
๒. เอกสารประกอบการสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ เล่ม

เนื่องด้วย นายกฤษณะ ธรรมสาส์น นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กำลังทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว โดยมี

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานกรรมการ
๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการ

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา พิจารณาเห็นแล้วว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดียิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เรื่อง "การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว" ในวันจันทร์ที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘ เวลา ๑๓.๐๐ – ๑๖.๐๐ น. ณ วัดสุทธิวราราม กรุงเทพฯ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนเชิญมาเพื่อเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ตามวันเวลา และสถานที่ ดังกล่าวข้างต้น

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตร พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

ที่ ศธ ๖๑๐๔.๔/๗๕

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

๒๗ กันยายน ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

เรียน **คุณศราวดี บุณยสิงห์** รองผู้จัดการบริการลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาการปิโตรเลียม

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. กำหนดการ จำนวน ๑ ฉบับ
๒. เอกสารประกอบการสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ เล่ม

เนื่องด้วย นายกฤษณะ ธรรมสาส์น นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กำลังทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว โดยมี

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานกรรมการ
๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการ

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา พิจารณาเห็นแล้วว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดียิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เรื่อง "การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว" ในวันจันทร์ที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘ เวลา ๑๓.๐๐ – ๑๖.๐๐ น. ณ วัดสุทธิวราราม กรุงเทพฯ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนเชิญมาเพื่อเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ตามวันเวลา และสถานที่ ดังกล่าวข้างต้น

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตร พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

มาร่วมงาน
สมบูรณ์
๒๘ ก.ย. ๕๘

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ ๖๑๐๔.๔/๗๕

๒๗ กันยายน ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

เรียน **คุณธนภร ธรรมสาส์น** ผู้ประกอบธุรกิจภัตตาคาร

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. กำหนดการ จำนวน ๑ ฉบับ
๒. เอกสารประกอบการสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ เล่ม

เนื่องด้วย นายกฤษณะ ธรรมสาส์น นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กำลังทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว โดยมี

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานกรรมการ
๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการ

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา พิจารณาเห็นแล้วว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดียิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เรื่อง "การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว" ในวันจันทร์ที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘ เวลา ๑๓.๐๐ – ๑๖.๐๐ น. ณ วัดสุทธิวราราม กรุงเทพฯ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนเชิญมาเพื่อเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ตามวันเวลา และสถานที่ ดังกล่าวข้างต้น

ขอแสดงความนับถือ

มาร่วมงาน
ธนภร ธรรมสาส์น
๕.ต.ค.๕๘

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตร พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ ๖๑๐๔.๔/๗๕

๒๗ กันยายน ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

เรียน **คุณสุภาภรณ์ ทองนิ่ม** นักจิตวิทยาชำนาญการศาสเยาวชนและครอบครัวกลาง

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. กำหนดการ จำนวน ๑ ฉบับ
๒. เอกสารประกอบการสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ เล่ม

เนื่องด้วย นายกฤษณะ ธรรมสาส์น นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กำลังทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว โดยมี

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานกรรมการ
๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการ

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา พิจารณาเห็นแล้วว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดียิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เรื่อง "การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว" ในวันจันทร์ที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘ เวลา ๑๓.๐๐ – ๑๖.๐๐ น. ณ วัดสุทธิวราราม กรุงเทพฯ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนเชิญมาเพื่อเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ตามวันเวลา และสถานที่ ดังกล่าวข้างต้น

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตร พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

ได้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มแล้ว
5 ตค.58.

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ ศธ ๖๑๐๔.๔/๗๕

๒๗ กันยายน ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

เรียน **คุณเกษตร น้อยทิพย์** ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าว มติชน ออนไลน์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. กำหนดการ จำนวน ๑ ฉบับ
๒. เอกสารประกอบการสนทนากลุ่ม จำนวน ๑ เล่ม

เนื่องด้วย นายกฤษณะ ธรรมสาส์น นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กำลังทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว : The Development of Buddhist Psychological Service For The Travel Agents Entrepreneur เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว โดยมี

๑. พระมหาสุทิตย์ อาภากโร,ดร. ประธานกรรมการ
๒. ผศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง กรรมการ

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา พิจารณาเห็นแล้วว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดียิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เรื่อง "การพัฒนาจิตวิทยาบริการเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว" ในวันจันทร์ที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘ เวลา ๑๓.๐๐ – ๑๖.๐๐ น. ณ วัดสุทธิวราราม กรุงเทพฯ หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนเชิญมาเพื่อเข้าร่วมการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ตามวันเวลา และสถานที่ ดังกล่าวข้างต้น

เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม
เกษตร น้อยทิพย์
๕ ต.ค. ๕๘

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง)
ผู้อำนวยการหลักสูตร พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา

รายชื่อผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มและผู้เข้าร่วมรับฟังการสนทนากลุ่ม

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	อาชีพ-ตำแหน่ง	ลายเซ็นต์
๑	พระมหาณรงค์ศักดิ์ ฐิติญาโณ ,ผศ.ดร. D.Litt	อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย	
๒	พระมหาสุทิตย์ อาภากโร, ดร.	เจ้าอาวาสวัดสุทธิวราราม	
๓	คุณ จุติพร ทัพเจริญ	ประธานผู้พิพากษาสมทบศาลเยาวชน จังหวัดปทุมธานี	
๔	คุณ ศราวดี บุณยสิงห์	รองผู้จัดการบริการลูกค้า บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาการปิโตรเลียม	
๕	คุณ ศรีภัทรา ชาญวานิชบริการ	อดีต CEO Mitsui OSK Line (Import and Export)	
๖	คุณ สุปรียา บุณยเกตุ	กรรมการผู้จัดการบริษัททูบายโฟร์ จำกัด	
๗	คุณ จริยา ธรรมสาส์น	ผู้จัดการทั่วไป บริษัทบิ๊กโฟร์ แทรเวล จำกัด	
๘	คุณประสงค์ เชิดไชยกุล	ผู้จัดการฝ่ายขาย และการตลาด สายการบินเอเชียแอตแลนติกแอร์ไลน์	
๙	คุณ ผศ.ชนิสรา ศิลานุกิจ	หัวหน้าภาค บริหารการศึกษา และอาจารย์คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง	
๑๐	คุณ สุภาภรณ์ ทองนิ่ม	นักจิตวิทยาชำนาญการ ศาลเยาวชนและครอบครัวกลาง	
๑๑	คุณ ธนภร ธรรมสาส์น	ผู้ประกอบการธุรกิจภัตตาคาร	
๑๒	คุณ เกษตร น้อยทิพย์	ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าวมติชนออนไลน์	เกษตร น้อยทิพย์
๑๓	คุณ เชิดพงษ์ บัวอ่อน	พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน (สายการบินไทย) ชั้นบริการที่ ๑	—

รายชื่อผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มและผู้เข้าร่วมรับฟังการสนทนากลุ่ม

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	อาชีพ-ตำแหน่ง	ลายเซ็นต์
๑๓	ธีระชาติ ศิลานุกูล	อดีตเจ้าของธุรกิจ Lanta Mermaid Boutique Resort	[signature]
๑๔	จีระยุทธ ทัพเจริญ	นักศึกษา	[signature]
๑๕	นายสามชัย ปิ่นมณีชิต	สถานีวิจัย[illegible]	[signature]
๑๖	นายสุเมธ [illegible]	[illegible]	[signature]
๑๗	ภัทรพร [illegible]	นักศึกษา	[signature]
๑๘			
๑๙			
๒๐			

ภาคผนวก จ

ประมวลภาพการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง

ภาพสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี เพื่อให้ได้ข้อมูลอันเป็นการตอบคำถามของการวิจัยในเรื่องการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

ภาพการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (Focus group discussion) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการ ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี เพื่อให้ได้ข้อมูลอันเป็นการตอบคำถามของการวิจัยในเรื่องการพัฒนาพุทธจิตวิทยาการบริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ–นามสกุล (ภาษาไทย) นาย กฤษณะ ธรรมสาส์น

(ภาษาอังกฤษ) Mr. Krisana Thammasan

ปัจจุบัน กรรมการผู้จัดการ : บริษัท บิ๊กโฟว์แทรเวล จำกัด
หมวดหมู่ : ท่องเที่ยว-สำนักงาน
ที่อยู่ ๑๖/๙ บ้านกลางเมืองลาดพร้าว-เสนา ลาดปลาเค้า
แขวงจรเข้บัว เขตลาดพร้าว กทม. ๑๐๒๓๐
ผู้ช่วยฝ่ายต่างประเทศ ของท่านดร.ยุทธนา ทัพเจริญ
สมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ

ประวัติการศึกษา ปริญญาตรี : ศิลปะศาสตร์บัณฑิต คณะมนุษย์ศาสตร์
และสังคมศาสตร์ สาขาวิชาเอกภาษาฝรั่งเศส
วิชาโทภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
วิทยาเขตปัตตานี ปีที่จบ ๒๕๓๒
ปริญญาโท : คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีที่จบ ๒๕๔๖

ปีที่เข้าศึกษา พ.ศ. ๒๕๕๖ ปริญญาเอก : นิสิตดุษฎีบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์
สาขาพุทธจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ปีที่สำเร็จการศึกษา พ.ศ. ๒๕๕๙