

จากการที่สถาบันวิทยบริการเป็นหน่วยงานบริการ จึงตระหนักถึงความมีจิตสำนึกในการบริการของบุคลากรอยู่ตลอดเวลา ต้องการให้บุคลากรมีจิตใจในการบริการที่ดีตลอดระยะเวลาที่ยังทำงานอยู่ในองค์กร แต่การสร้างจิตสำนึกนั้นเป็นเรื่องที่เฉพาะสำหรับแต่ละบุคคล เพราะบางคนอาจมีจิตสำนึกในการบริการอยู่แล้ว แต่บางคนก็เห็นว่าเป็นเรื่องไม่สำคัญ ในขณะที่บางคนไม่มีความรู้สึกอะไรกับเรื่องนี้ **การสร้างจิตสำนึกในการบริการ** จึงเป็นเรื่องที่ทำได้ง่าย สำหรับผู้มีพื้นฐานจิตใจรักในการบริการอยู่แล้ว แต่เป็นเรื่องที่ทำได้ยาก สำหรับผู้ไม่เห็นความสำคัญหรือไม่ให้ความสนใจในเรื่องนี้ ผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการให้บริการหลายคนคิดว่า ตนเองไม่สามารถฝึกฝนหรือปลูกฝังอุปนิสัยให้รักการบริการ หรือสร้างจิตสำนึกในการบริการได้ เพราะไม่ได้เป็นสิ่งที่คาดว่าจะต้องทำ หรือไม่ใช่นิสัยส่วนตัว ไม่มีความชอบ ไม่ถนัด คุณปิยวรรณ กลั่นกลิ่น ได้กล่าวไว้ในวารสารวิทยาการจัดการ ฉบับเดือนธันวาคม 2546 ว่าบุคคลเหล่านี้ ถ้ามีพื้นฐานความรู้และความเข้าใจในเรื่องแนวความคิดทางด้านธุรกิจแล้ว จะเกิดจิตใจที่ตระหนักถึงความสำคัญของธุรกิจ แนวความคิดทางการตลาด และความสำคัญของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการต่อองค์กร บางครั้งอาจมีความจำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยนทัศนคติก่อน เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หากสามารถเปลี่ยนทัศนคติที่มีต่อการบริการ สร้างความรู้ความเข้าใจในแนวความคิดทางด้านธุรกิจ การตลาด และความสำคัญของลูกค้าต่อองค์กร ก็เป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้เกิดความเข้าใจ ความมีจิตใจรักในการบริการ และสามารถสร้างจิตสำนึกในการบริการได้ เมื่อมีจิตสำนึกในการบริการแล้ว จะสามารถให้บริการอย่างมีคุณภาพ สร้างลูกค้าให้กับองค์กรได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้องค์กรสามารถอยู่รอด มีกำไร และสร้างความมั่นคงในการทำงานให้กับพนักงานได้

เมื่อพนักงานมีจิตสำนึกในการบริการ สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างดี ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เท่าที่ลูกค้าคาดหวัง หรืออาจสามารถให้บริการที่เหนือความคาดหวังของลูกค้าแล้ว จะสามารถสร้างภาพลักษณ์ในการบริการที่ดีและถูกต้องให้แก่ลูกค้า และ ...สิ่งเหล่านี้เป็นเสมือนตัวแทนในการประกันคุณภาพให้กับองค์กรต่อไป.