



การพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ
เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย



โดย
นายระชานนท์ ทวีผล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2560
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ
เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

THE DEVELOPMENT OF PERSONAL WORKING SKILLS STANDARD FOCUSING
ON SPECIAL EMPATHY FOR PROMOTING THE SERVICE EXCELLENCE IN
BOUTIQUE HOTEL THAILAND.



A Thesis Submitted in partial Fulfillment of Requirements
for Doctor of Philosophy (Management)
Graduate School, Silpakorn University
Academic Year 2017
Copyright of Graduate School, Silpakorn University

หัวข้อ	การพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศ ไทย
โดย	ระชานนท์ ทวีผล
สาขาวิชา	การจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาดุสิตบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธีระวัฒน์ จันทิก

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธารทัศน์วงศ์)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์ ดร. อัญจมา บุญपालิต)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธีระวัฒน์ จันทิก)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(รองศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกิดศิริ เจริญวิศาล)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภาภร ภิญโญฉัตรจินดา)

57604814 : การจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาวิชาชีพบัณฑิต

คำสำคัญ : ความเอาใจใส่พิเศษ, พนักงานบริการ, โรงแรมประเภทบูติค

นาย ระชานนท์ ทวีผล: การพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชีระวัฒน์ จันทร์ทิพย์

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย เป็นการวิจัยและการพัฒนา (Research and Development) ด้วยเทคนิคของการผสมผสานวิธี (Mixed Method Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกา กำหนดแนวทาง การปฏิบัติงานของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทยจำนวน 17 คน เพื่อประยุกต์การสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) องค์กรประกอบความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค จากนั้นเข้าสู่การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) จากผู้ให้บริการในโรงแรมประเภทบูติคจำนวน 400 คน ร่วมกับการจัดประชุมกลุ่มกับผู้ประกอบการโรงแรมประเภทบูติคและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจำนวน 12 คน เพื่อจัดทำร่างคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคไทย จากนั้นไปทดลองด้วยวิธีการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi - Experimental Research) ในกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมทั้งหมด จำนวนกลุ่มละ 11 คน ด้วยค่าสถิติแบบแบบนอนพาราเมตริก (Nonparametric Statistics) ด้วยวิธีการแมคเนมาร์ (McNemar Test) ร่วมกับ วิธีการแมนวิทนี (Maan-Whitney U Test) พร้อมกับแบบประเมินความรู้อก่อน-หลัง แบบประเมินความพึงพอใจ และแบบประเมินพฤติกรรมการความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค

ผลการศึกษาพบว่า ทักษะทางด้านปัญญา (Cognitive) และทักษะทางอารมณ์ (Affective) นำไปสู่การสร้างความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ประกอบด้วย (1) ความต้องการความรู้ (Need Knowledge) (2) การตัดสินใจ (Decision Making) (3) ความจำ (Memory) (4) ทักษะคติ (Attitude) (5) การรับรู้ (Recognition) (6) การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) (7) ความเสมอภาค (Equality) (8) การยกย่องให้เกียรติ (Commendation) และ (9) การสร้างความสุข (Happiness) จากการนำคู่มือไปใช้พบว่า พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคกลุ่มทดลองได้รับความรู้เพิ่มขึ้นหลังจากการทดลอง ในขณะที่การประเมินพฤติกรรมการความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการพบว่า ทางโรงแรมจะต้องมีการกระตุ้นทักษะความเอาใจใส่พิเศษในแต่ละองค์ประกอบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อยกระดับการบริการสู่ความเป็นเลิศภายใต้แนวคิด “MINE REACH การบรรลุด้วยหัวใจ

57604814 : Major (Management)

Keyword : SPECIAL EMPATHY, SERVICE STAFFS, BOUIQUE HOTEL

MR. RACHANON TAWEEPHOL : THE DEVELOPMENT OF PERSONAL WORKING SKILLS STANDARD FOCUSING ON SPECAIL EMPATHY FOR POMOTING THE SERVICE EXCELLENCE IN BOUTIQUE HOTEL THAILAND. THESIS ADVISOR : ASSISTANT PROFESSOR DR. THIRAWAT CHANTUK, PH.D.

This research study aims to improve personal working skills standard which focus on special empathy to improve the best service in Boutique hotel in Thailand. The study was the research and development research by using Mixed Method Research which in depth interview with 17 main informants who work related with working guideline regulation of service staffs in boutique hotels in Thailand. This study was done in order to apply Grounded Theory building, the components of special empathy in boutique hotel staffs, and then reach to Confirmatory Factor Analysis from 400 staffs who have been giving service in boutique hotels with the meeting of 12 boutique hotels entrepreneurs to create personal working skill standard handbook focusing on special empathy of boutique hotel staffs in Thailand. After that, the Quasi - Experimental Research was done in all 11 experimental groups and control groups with Nonparametric Statistic by using McNemar Test, Maan-Whitney U Test, Pre-test, Post-test, questionnaire, and special empathy of boutique hotel staffs behavior evaluation.

The result found that cognitive and affective skill lead to create the special empathy in Boutique hotel staffs in Thailand which consist of 1) Need Knowledge, 2) Decision Marking, 3) Memory, 4) Attitude, 5) Recognition, 6) Interaction, 7) Equality, 8) Commendation and 9) Happiness. After using the handbook, it was found that the experimental groups of Boutique hotel staffs gains more knowledge, while the evaluation of special empathy of boutique hotel staffs behavior found that the hotel always need to encourage each component of special empathy in order to promote the service to be excellent service under the concept of "MINE REACH"

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่องการพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทยนี้ ได้รับความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และรองศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่คอยสนับสนุนพร้อมทั้งให้คำแนะนำตั้งแต่กระบวนการแรกของงานวิจัยจนสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ทางการศึกษา รวมถึงอาจารย์ ดร. อัญญา บัญญัติ ประธานกรรมการ วิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภากร ภิโยชญ์จรจินดา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโทหญิง ดร. เกิดศิริ เจริญวิศาล กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในการให้คำแนะนำและขอเสนอแนะให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ในฐานะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านในความกรุณาเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ประพนธ์ เล็กสุมา อาจารย์ ดร.ปรีรันธ ชิมโชติ และอาจารย์ ดร.นิโรธ เดชะกำแพง ที่เป็นให้ให้เกียรติในการเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถาม อาจารย์ ดร.นิธิกร ม่วงศรีเขียว ที่ให้ความกรุณาเป็นผู้นำดำเนินรายการในการจัดประชุมกลุ่ม และเป็นวิทยากรหลักกระบวนการวิจัยกึ่งทดลอง ร่วมกับผู้ดำเนินรายการอาจารย์ ดร.ฐิติมา พูลเพชร อาจารย์ปริญญา นาคปฐม และอาจารย์มรกต กำแพงเพชร

ขอกราบขอบพระคุณ คุณทรงวุฒิ ศรีแดงจันทร์ นายกสภาคส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี รวมถึงคณะกรรมการกองประกวดสุดยอดโรงแรมบูติคไทย และกลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมประเภทบูติคทุกท่านทั่วประเทศที่ให้ความอนุเคราะห์ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดประชุมกลุ่ม ตลอดจนการดำเนินการวิจัยกึ่งทดลองกับพนักงานบริการของท่าน รวมถึงบิดาและมารดาของผู้วิจัยที่ป็นผู้สนับสนุนค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทางในการเก็บข้อมูลในภาคสนาม

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิทยานิพนธ์เรื่องนี้จะประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในองค์กรและการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในกลุ่มของโรงแรมประเภทบูติค รวมถึงกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ทักษะความเอาใจใส่พิเศษ ที่ช่วยขับเคลื่อนมาตรฐานแรงงานสู่ความเป็นเลิศในระดับสากล

ระชานนท์ ทวีผล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1.....	1
บทนำ.....	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
2. คำถามการวิจัย.....	8
3. วัตถุประสงค์การวิจัย.....	8
4. สมมติฐานการวิจัย.....	8
5. ขอบเขตของการวิจัย.....	9
6. กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	10
7. ประโยชน์ที่ได้รับ.....	12
8. นิยามศัพท์.....	15
บทที่ 2.....	22
ทบทวนวรรณกรรม.....	22
1. อุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว.....	22
2. โรงแรมประเภทบูติค.....	29
3. การบริการที่เป็นเลิศ.....	48

4. คุณภาพบริการ.....	53
5. ความเอาใจใส่.....	59
6. ทักษะทางด้านปัญญา.....	69
7. ทักษะทางด้านอารมณ์.....	74
8. การจัดการทรัพยากรมนุษย์.....	79
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	87
บทที่ 3	111
วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	111
ขั้นตอนที่ 1 เพื่อศึกษาแนวโน้มองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรม ประเภทบูติคของประเทศไทย.....	111
ขั้นตอนที่ 2 เพื่อศึกษาองค์ประกอบของความเอาใจใส่ในการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานส่วน บุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย..	116
ขั้นตอนที่ 3 เพื่อศึกษาการพัฒนาฝีมือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของ พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย.....	121
บทที่ 4	131
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	131
ขั้นตอนที่ 1 เพื่อศึกษาแนวโน้มองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรม ประเภทบูติคของประเทศไทย.....	131
ขั้นตอนที่ 2 เพื่อศึกษาองค์ประกอบของตัวชี้วัดความเอาใจใส่ในการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงาน ส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย	158
บทที่ 5	230
ผลการทดลองคู่มือ	230
1. ผลการทดลองใช้คู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการ โรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย กับกลุ่มตัวอย่าง (Quasi-Experimental Research) และมีการวัดผลเปรียบเทียบกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุม.....	230

2. ผลการประเมินประสิทธิภาพการทดลองการใช้คู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย.....	251
3. ผลการประเมินผลการทดลองการใช้คู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย	257
4. ผลการประเมินพฤติกรรมการปฏิบัติงานที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย.....	260
บทที่ 6	265
สรุปผล อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ.....	265
สรุปผลการวิจัยและพัฒนา.....	265
อภิปรายผลการวิจัย.....	275
ข้อเสนอแนะในการวิจัย.....	285
รายการอ้างอิง	289
ภาคผนวก.....	289
ภาคผนวก ก	290
แบบประเมิน IOC แบบสอบถาม.....	290
ภาคผนวก ข.....	300
หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล	300
ภาคผนวก ค	376
การลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลเชิงลึก	376
ภาคผนวก ง.....	397
การตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม	397
และการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	397
ภาคผนวก จ	405
คู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ	405
ของพนักงานบริการของโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย	405



สารบัญดาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของอุตสาหกรรมบริการและการ ท่องเที่ยว.....	24
2	แสดงการแบ่งประเภทของธุรกิจโรงแรมจำนวน 15 ประเภท.....	30
3	แสดงมาตรฐานดาวโรงแรมในประเทศไทย.....	33
4	แสดงมาตรฐานชีวิตที่พักประเภท 1-5 ดาวในประเทศไทย.....	35
5	แสดงรูปแบบของโรงแรมประเภทบูติก.....	41
6	แสดงรายละเอียดองค์ประกอบของการบริการที่เป็นเลิศ	49
7	แสดงกระบวนการสร้างการบริการที่เป็นเลิศ.....	51
8	แสดงแนวคิดเกี่ยวกับมิติของคุณภาพบริการ.....	56
9	แสดงองค์ประกอบของความเอาใจใส่.....	64
10	แสดงประเภทของทักษะด้านปัญญา.....	71
11	แสดงประเภทของทักษะด้านอารมณ์.....	77
12	แสดงแนวทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์.....	81
13	แสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสำหรับการใช้กำหนดองค์ประกอบของความเอาใจ ใส่.....	106
14	แสดงสรุปแนวทางการศึกษาและใช้ประโยชน์จากแนวคิดทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	109
15	แสดงการลดระดับของความคาดเคลื่อน.....	113
16	แสดงค่าความเหมาะสมขององค์ประกอบ	118
17	แสดงกระบวนการออกแบบวิธีการประเมินประสิทธิภาพของคู่มือการ บริการความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติก ของประเทศไทย.....	121
18	แสดงการกำหนดประเด็นคำถามสำหรับใช้ประเมินประสิทธิภาพคู่มือการ บริการความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบู ติกของประเทศไทย.....	124
19	แสดงรูปแบบการทดลองแบบ 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม (Pretest Posset Control and Experimental Group Design)..	125
20	แสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสำหรับการใช้กำหนดองค์ประกอบของความเอาใจ ใส่พิเศษ.....	133
21	แสดงรายละเอียดองค์ประกอบย่อยของความเอาใจใส่จากการวิจัย เอกสาร.....	137

ตารางที่		หน้า
22	แสดงรายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึก.....	138
23	แสดงผลการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในโรงแรมประเภทยูติคของประเทศไทย.	152
24	แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลความเอาใจใส่พิเศษจากนิรภัยและอุปนิสัย.....	156
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศของ พนักงานบริการโรงแรมประเภทยูติค.....	160
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุของ พนักงานบริการโรงแรมประเภทยูติค.....	161
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับคุณวุฒิ การศึกษาของพนักงานบริการโรงแรมประเภทยูติค.....	161
28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบของ โรงแรมประเภทยูติคของประเทศไทย.....	162
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแผนกของ พนักงานโรงแรมประเภทยูติค.....	162
30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ การปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรมประเภทยูติค.....	163
31	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ทั้งหมด ต่อเดือนของพนักงานบริการโรงแรมประเภทยูติค.....	163
32	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อ องค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรม ประเภทยูติคของประเทศไทย ด้านความต้องการความรู้ (Need Knowledge).....	164
33	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อ องค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรม ประเภทยูติคของประเทศไทย ด้านการตัดสินใจ (Decision Marking).....	165
34	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อ องค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรม ประเภทยูติคของประเทศไทย ด้านความจำ (Memory)	166
35	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อ องค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทยู ติคของประเทศไทย ด้านทัศนคติ (Attitude).....	167

ตารางที่		หน้า
36	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย การรับรู้ (Recognition)	168
37	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction).....	168
38	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ด้านความเสมอภาค (Equality).....	170
39	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ด้านการยกย่องให้เกียรติ (Commendation).....	171
40	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ด้านการสร้างความสุข (Happiness)	172
41	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ขององค์ประกอบความเอาใจใส่พิเศษ.....	173
42	แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลักที่ 1 ความต้องการความรู้ (Need Knowledge).....	175
43	แสดงการสรุปองค์ประกอบหลักด้านความต้องการความรู้ (Need Knowledge)	176
44	แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลักที่ 2 ด้านการตัดสินใจ (Decision Making)	178
45	แสดงการสรุปองค์ประกอบหลักด้านการตัดสินใจ (Decision Making)....	179
46	แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลักที่ 3 ด้านความจำ (Memory)	181
47	แสดงการสรุปองค์ประกอบหลักด้านความจำ (Memory).....	182
48	แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย องค์ประกอบหลักที่ 4 ด้านทัศนคติ (Attitude)	184
49	แสดงการสรุปองค์ประกอบหลักด้านทัศนคติ (Attitude)	184
50	แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลักที่ 5 ด้านการรับรู้ (Recognition)	186

ตารางที่		หน้า
51	แสดงสรุปองค์ประกอบหลักด้านทัศนคติ (Recognition)	187
52	แสดงผลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบหลักที่ 6 ด้าน การโต้ตอบด้านอารมณ์ (Interaction)	189
53	แสดงสรุปองค์ประกอบหลักด้านการโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction)	189
54	แสดงผลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบหลักที่ 7 ด้าน ความเสมอภาค (Equality)	191
55	แสดงสรุปองค์ประกอบหลักด้านความเสมอภาค (Equality)	192
56	แสดงผลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบหลักที่ 8 ด้าน การยกย่องให้เกียรติ (Commendation)	194
57	แสดงสรุปองค์ประกอบหลักด้านการยกย่องให้เกียรติ (Commendation)	195
58	แสดงผลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบหลักที่ 9 ด้าน การสร้างความสุข (Happiness)	197
59	แสดงผลการสรุปองค์ประกอบด้านการสร้างความสุข (Happiness)	198
60	แสดงรายละเอียดของผู้เข้าร่วมงานสนทนากลุ่ม	199
61	แสดงรายละเอียดแนวทางการพัฒนาคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของไทย	213
62	แสดงรายละเอียดตัวชี้วัดในแต่ละองค์ประกอบ	227
63	แสดงการเปรียบเทียบข้อมูลผลการประเมินประสิทธิภาพการทดลองการใช้คู่มือ ตามหลักทฤษฎีสามเส้าจากผู้วิจัย วิทยากร ผู้เข้าร่วมการทดลอง และผู้สังเกตการแบบไม่มีส่วนร่วม.....	252
64	แสดงการสรุปผลคะแนนการทำแบบทดสอบเปรียบเทียบความรู้ก่อนและหลังการทดลองการใช้คู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ	258
65	แสดงผลการตรวจสอบความแตกต่างระหว่างการประเมินความรู้ของพนักงานบริการที่เข้าทดลองใช้คู่มือก่อนและหลังเข้าร่วมทดลองในกลุ่มทดลอง.....	259
66	แสดงการสรุปผลคะแนนการทำแบบทดสอบความรู้เปรียบเทียบกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลองหลังการใช้คู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ	259
67	แสดงผลการตรวจสอบความแตกต่างระหว่างการประเมินความรู้เกี่ยวกับความเอาใจใส่ของของพนักงานบริการหลังเข้าร่วมทดลองในกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลอง	260

ตารางที่		หน้า
68	แสดงผลการเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของพนักงานบริการ หลังการทดลอง 15 วัน และ 30 วัน	261
69	แสดงค่าคะแนนของพฤติกรรมการปฏิบัติงานที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ การ ให้ข้อมูลป้อนกลับเฉลี่ย 15 วัน 30 วัน หลังการทดลองโดยคิดเป็น ค่าเฉลี่ยในแต่ละด้าน จำแนกตามรายแห่งของโรงแรมประเพณีบุติค ทั้ง 4 รูปแบบ	263
70	แสดงผลการตรวจสอบความแตกต่างระหว่างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ของผู้เข้าร่วมการทดลอง 15 วัน และ 30 วัน หลังการเข้าร่วม ทดลองใช้คู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ.....	264
71	แสดงรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้และวิธีการดำเนินงาน	271



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดการวิจัย.....	11
2	การกำหนดคุณลักษณะของฝ่ายและแผนกภายในโรงแรม.....	37
3	โรงแรมประเภทที่มีรูปแบบดัดแปลงแปลงอาคารเก่าแก่หรือตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน (Culture)	43
4	โรงแรมประเภทบูติกที่มีรูปแบบหรูหราและร่วมสมัย (Luxury and Modern)	43
5	โรงแรมประเภทบูติกที่มีรูปแบบอยู่ร่วมกับธรรมชาติ (Nature).....	44
6	โรงแรมประเภทบูติกที่มีรูปแบบศิลปะสถาปัตยกรรมการออกแบบ (Art and Thematic)	44
7	โครงสร้างองค์กรของโรงแรมประเภทบูติกที่มีรูปแบบการบริหารจัดการแบบอิสระ.....	45
8	กระบวนการบริหารจัดการโรงแรมประเภทบูติก.....	46
9	แบบจำลองช่องว่างการให้บริการ.....	58
10	ขั้นตอนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาการรู้จัก.....	70
11	องค์ประกอบของทักษะทางด้านปัญญา.....	73
12	ขั้นตอนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาจิตใจ.....	75
13	องค์ประกอบของทักษะทางด้านอารมณ์.....	78
14	ขั้นตอนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	85
15	แผนภาพลำดับขั้นตอน (Flow Chart) แสดงกระบวนการดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อแนวโน้มองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย.....	115
16	แผนภาพลำดับขั้นตอน (Flow Chart) แสดงกระบวนการดำเนินงานวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาองค์ประกอบของความเอาใจใส่ในการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย ร่วมกับการจัดประชุมกลุ่มเพื่อจัดทำคู่มือสำหรับการนำไปใช้.....	120
17	แผนภาพลำดับขั้นตอน (Flow Chart) แสดงกระบวนการดำเนินการวิจัยกึ่งทดลอง เพื่อพัฒนาคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย	128
18	สรุปกระบวนการแนวทางการดำเนินงานวิจัยเรื่องการพัฒนาคู่มือมาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย.....	129

ภาพที่		หน้า
19	แสดงขั้นตอนและความสัมพันธ์ขององค์ประกอบความเอาใจใส่พิเศษของ พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย.....	154
20	การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยื่นของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงาน บริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย องค์ประกอบหลักที่ 1 ด้านความต้องการความรู้ (Need Knowledge).....	174
21	การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยื่นของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงาน บริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย องค์ประกอบหลักที่ 2 ด้านการตัดสินใจ (Decision Making).....	178
22	การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยื่นของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงาน บริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย องค์ประกอบหลักที่ 3 ด้านความจำ (Memory)	181
23	การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยื่นของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงาน บริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย องค์ประกอบหลักที่ 4 ด้านทัศนคติ (Attitude)	183
24	การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยื่นของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงาน บริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย องค์ประกอบหลักที่ 5 ด้านการรับรู้ (Recognition)	186
25	การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยื่นของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงาน บริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย องค์ประกอบหลักที่ 6 ด้านการโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction)	188
26	การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยื่นของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงาน บริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย องค์ประกอบหลักที่ 7 ด้านความเสมอภาค (Equality)	191
27	การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยื่นของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงาน บริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย องค์ประกอบหลักที่ 8 ด้านการยกย่องให้เกียรติ (Commendation).....	193
28	การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยื่นของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงาน บริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย องค์ประกอบหลักที่ 9 ด้านการสร้างความสุข (Happiness)	196
29	ส่วนประกอบของความเอาใจใส่พิเศษด้านความต้องการความรู้ (Need Knowledge) ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเท ศไทย.....	233

ภาพที่	หน้า	
30	ส่วนประกอบของความเอาใจใส่พิเศษด้านการตัดสินใจ (Decision Making) ของบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย.....	235
31	ส่วนประกอบของความเอาใจใส่พิเศษด้านความจำ (Memory) ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย	237
32	ส่วนประกอบของความเอาใจใส่พิเศษด้านทัศนคติ (Attitude) ของบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย.....	239
33	ส่วนประกอบของความเอาใจใส่พิเศษด้านการรับรู้ (Recognition) ของบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย.....	242
34	ส่วนประกอบของความเอาใจใส่พิเศษด้านการโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย.....	244
35	ส่วนประกอบของความเอาใจใส่พิเศษด้านเสมอภาค (Equality) ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย.....	246
36	ส่วนประกอบของความเอาใจใส่พิเศษด้านยกย่องให้เกียรติ (Commendation) ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย	248
37	ส่วนประกอบของความเอาใจใส่พิเศษด้านการสร้างความสุข (Happiness) ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย	250
38	แสดงวิวัฒนาการปรับเปลี่ยนองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษจากการวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกต แบบมีส่วนร่วมสู่การสร้างทฤษฎีฐานราก	267
39	แสดงผลการทดลองใช้คู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคประเทศไทย	273
40	แสดงรูปแบบความสัมพันธ์ของคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย.	284

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจโรงแรมประเภทบูติกเป็นที่พักทางเลือกรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นครั้งแรกในปี 1984 ณ กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ เนื่องจากช่วงเวลานั้นโรงแรมที่มีการบริหารจัดการประเภทเครือข่าย (Hotel Chains) หรือโรงแรมประเภทธุรกิจ (Business Hotel) ซึ่งมีพื้นที่ขนาดใหญ่และหรูหรา รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบวงจรกำลังเพิ่มจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการแข่งขันส่วนแบ่งทางการตลาดกันเองระหว่างโรงแรมประเภทเครือข่ายที่มีมาตรฐานการบริการมาจากประเทศอเมริกาและกลุ่มประเทศในทวีปยุโรป ในขณะที่ช่วงนั้นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกลับตรงกันข้ามกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหรือผู้รับบริการในยุคนั้น ที่เริ่มปรับเปลี่ยนรูปแบบการเข้าพักแรมโดยไม่คำนึงถึงความสะดวกสบายภายในห้องพักหรูหราเพียงอย่างเดียว ที่พักแรมจะต้องสามารถสร้างความแตกต่างด้วยการตกแต่งที่มีศิลปะและรูปแบบการบริการที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จากกระแสค่านิยมของผู้รับบริการที่แสดงออกถึงความเป็นปัจเจกบุคคล อาจไม่สอดคล้องกับรูปแบบการบริการของโรงแรมประเภทเครือข่ายที่ใช้มาตรฐานเดียวกันทั้งหมดทั่วโลก โรงแรมประเภทบูติกจึงได้เป็นทางเลือกใหม่ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา (ภาวิณี เต็มดี, 2557: 10) สำหรับโรงแรมประเภทบูติกในประเทศไทยยุคเริ่มต้น มีจำนวนเพียงแค่ 2-3 ห้อง ไปจนถึง 50-60 ห้อง ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจที่พักขนาดเล็กจะนิยมดัดแปลงที่พักอาศัยเก่าให้กลายเป็นธุรกิจบริการ โดยไม่ต้องอาศัยระบบการบริหารเครือข่ายที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง จึงมีความแตกต่างจากโรงแรมประเภทอื่นในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ต่อมาโรงแรมประเภทบูติกในประเทศไทยได้สร้างจุดเด่นที่แตกต่างจากโรงแรมประเภทบูติกในต่างประเทศ คือ พนักงานบริการที่มีทักษะความเอาใจใส่เกี่ยวกับผู้รับบริการแบบรายบุคคลอย่างใกล้ชิด สามารถจดจำรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกันไป ในปัจจุบันความสำเร็จของโรงแรมประเภทบูติกได้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักเทียบเท่ากับโรงแรมระดับ 5 ดาว ในขณะที่โรงแรมประเภทบูติกบางภูมิภาคได้มีการเพิ่มจำนวนห้องพักตั้งแต่ 100 – 200 ห้อง เพื่อรองรับความต้องการของผู้รับบริการที่เพิ่มมากขึ้น (กิตติ เกิดเปี่ยม, 2557: 13; ภาวิณี บุญเสริมวงศ์กิจม 2558: 2)

สถานการณ์ทางการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ รวมถึงเทศกาลวันหยุดที่เพิ่มขึ้นของผู้รับบริการ ส่วนหนึ่งมีสาเหตุมาจากวิธีการสำรองห้องพักที่มีความสะดวกกว่าเดิม ผู้รับบริการสามารถดำเนินการได้ด้วยตนเองทุกที่ทุกเวลา รูปแบบของที่พักแรมจะต้องมีกระบวนการให้บริการที่เหนือความคาดหมาย พร้อมด้วยกิจกรรมการส่งเสริมการขายที่มีความคุ้มค่าคุ้มค่า และมีทำเลที่ตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่เงียบสงบไม่มีผู้คนพลุกพล่านจากการสำรวจอัตราการเพิ่มขึ้นในธุรกิจที่พักแรมทั่วประเทศไทยช่วงต้นปี 2559 ที่ผ่านมา โดยรวมเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 71 หากพิจารณาตามทั่วทุกภูมิภาคพบว่า กรุงเทพมหานครคิดเป็นร้อยละ 86 ภาคกลางคิดเป็นร้อยละ 79 ภาคใต้คิดเป็นร้อยละ 75 ภาคตะวันออกคิดเป็นร้อยละ 73 ภาคเหนือคิดเป็นร้อยละ 60 และภาคตะวันออกเฉียงเหนือคิดเป็นร้อยละ 52 ตามลำดับ ซึ่งมีสาเหตุมาจากทิศทาง

เศรษฐกิจของประเทศไทยปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยภาครัฐบาลใช้มาตรการลดหย่อนภาษี เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล พร้อมกับนโยบายการเพิ่มจำนวนวันหยุดยาวจากภาครัฐบาล ประกอบกับราคาน้ำมันที่ปรับลดลง สนับสนุนผู้รับบริการตัดสินใจใช้รถยนต์โดยสารส่วนบุคคลเพื่อออกเดินทางไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ แบบการพักอาศัยค้างคืน (ศูนย์วิจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว, 2559: 2-4) จากนโยบายที่ปรากฏสะท้อนให้เห็นว่าโอกาสสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมแต่ละรายจะต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการบริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับบริการ พร้อมจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอต่อความต้องการ รวมถึงการออกแบบวิธีการนำเสนอลักษณะของที่พักแรมให้มีความสนใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งโรงแรมประเภทบูติคสามารถสร้างประสบการณ์ในการเข้าพักที่มีความแตกต่างจากที่พักแรมประเภทอื่นๆ

ผลการศึกษาของจากรัตน์มี ธนุสิงห์ และวาริษฐ์ มัชฌิมบุรุษ (2555) พบว่า แนวโน้มทางการแข่งขันของธุรกิจที่พักแรมแต่ละแห่งมีการนำกลยุทธ์รูปแบบต่างๆ มาใช้เป็นเครื่องมือในการแข่งขัน ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์การแข่งขันด้านการบริการ ด้านการสื่อสาร ด้านการพัฒนาองค์กร และด้านการออกแบบที่พักโรงแรม ซึ่งปัจจุบันโรงแรมประเภทบูติคได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายจากผู้รับบริการ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่พักแรมที่มีเอกลักษณ์สะท้อนความเป็นตัวตนที่โดดเด่น การให้บริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการหลากหลายกลุ่ม การแข่งขันด้วยวิธีการเพิ่มจำนวนห้องพักของโรงแรมประเภทบูติคอาจไม่ใช่ประเด็นสำคัญ ดังนั้นหน้าที่ของผู้ประกอบการจะต้องกำหนดนโยบายการบริหารจัดการธุรกิจของตนด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัวสามารถนำเสนอภาพลักษณ์ความเป็นไทยผ่านกระบวนการบริการทุกขั้นตอน ในขณะที่การสำรวจอัตราการเข้าพักในโรงแรมประเภทบูติคขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชนิดา เงามจินตริกษ์ และพรสวรรค์ รักเป็นธรรม (2553) พบว่า อัตราการเข้าพักประมาณร้อยละ 66.80 จำนวน 52 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 62.65 และมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 69.78 แสดงให้เห็นว่าโรงแรมประเภทบูติคมีผลประกอบการที่ดีขึ้น หากเปรียบเทียบกับอัตราการเข้าพักทั้งประเทศอยู่ที่ร้อยละ 60.73 จะเห็นว่าโรงแรมประเภทบูติคเป็นธุรกิจที่น่าจับตามองและเพิ่มจำนวนมากขึ้นในแต่ละภูมิภาค ซึ่งมีความเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ที่มีความจำเป็นในการศึกษาแนวทางในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพสามารถดำรงอยู่ของธุรกิจที่พักแรมกลางสภาวะการแข่งขันที่ปรับไปตามพฤติกรรมของผู้รับบริการ ผู้รับบริการจะพิจารณาถึงความมีมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการ และผู้รับบริการสามารถปฏิเสธพนักงานบริการที่ไม่เป็นมิตร แต่สำหรับโรงแรมขนาดเล็กอย่างโรงแรมประเภทบูติคจะมุ่งเน้นการบริการที่สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการกลับได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ความสำเร็จของโรงแรมประเภทบูติคส่วนหนึ่งมาจากแรงงานมนุษย์ที่ปฏิบัติหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาเยือน เนื่องจากโรงแรมขนาดเล็กมีข้อได้เปรียบในการบริหารจัดการที่มีความยืดหยุ่น ช่วยลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ยุ่งยากซับซ้อน และสามารถควบคุมต้นทุนการผลิตขององค์กรได้เหมาะสมกว่าโรงแรมขนาดใหญ่ประเภทอื่นๆ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพของห้องพัก เป็นต้น (อัครพงศ์ อันทอง และมิ่งสรรพ ขาวสอาด, 2552) แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของโรงแรมไทย จำเป็นต้องยกระดับคุณภาพแรงงานในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว เป็นการลงทุนด้านการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานให้ตรงกับความต้องการของ

ผู้ประกอบการ โดยใช้หลักการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพแรงงาน และการกำหนดวิธีการพัฒนาบุคลากรในธุรกิจโรงแรม ซึ่งพบว่าบุคลากรในโรงแรมประเภทบูติคจะต้องสามารถสร้างนวัตกรรมบริการ เนื่องจากโรงแรมประเภทอื่นๆ เช่น โรงแรมระดับ 5 ดาว ที่มีแผนกบริการสนับสนุนอื่นที่ครบวงจรมากกว่า นอกจากนี้ โรงแรมขนาดใหญ่ประเภทเครือข่าย (Hotel Chains) ที่มีมาตรฐานอ้างอิงในระดับนานาชาติ พร้อมกับนโยบายการพัฒนาฝึกอบรมทักษะการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างต่อเนื่อง (อัครพงศ์ อันทอง และคณะ, 2558) ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักจำนวนส่วนหนึ่งได้ตัดสินใจหลีกเลี่ยงพื้นที่แข่งขันที่มีจำนวนคู่แข่งหลายราย และต้องอาศัยกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่มีต้นทุนที่มูลค่าสูง ซึ่งจะต้องปรับเปลี่ยนโดยให้ความสำคัญกับการศึกษาพฤติกรรมของตลาดเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง เพื่อปรับปรุงพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการให้มีศักยภาพที่สูงขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมาย หรือเรียกว่าการใช้แนวคิดทฤษฎีการตลาดน้ำสีน้ำเงิน (Blue Ocean Strategy) ในการดำเนินธุรกิจทางเลือกใหม่ที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการรองรับจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่มีปริมาณมาก รวมถึงการนำเสนอคุณค่าบางอย่างของสินค้าและบริการที่แตกต่างจากผู้อื่น (ดำรงค์ พิณคุณ, 2556) เช่นเดียวกับผลการสำรวจของ ชาวสออต และอันตอง (Kaosa-and and Untong, 2005) ที่ศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพการดำเนินงานของโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก พบว่า ทักษะการบริการของพนักงานโรงแรมไทยยังขาดประสิทธิภาพส่งผลกระทบต่อโอกาสในการสร้างมูลค่าทั่วประเทศถึง 6,119 ล้านบาท นอกจากนี้ ยังมีผลงานวิจัยเกี่ยวกับโรงแรมประเภทบูติคที่สามารถยืนยันได้ว่า พนักงานบริการในโรงแรมยังประสบปัญหาการขาดแคลนทักษะการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง เนื่องจากโรงแรมประเภทบูติคที่มีโครงสร้างองค์กรขนาดเล็ก มีจำนวนบุคลากรไม่มาก จึงต้องปฏิบัติงานได้หลากหลายหน้าที่ในตำแหน่งงานเดียวกัน (Multi skills) และการขาดนโยบายการส่งเสริมทักษะความรู้ความสามารถทางด้านวิชาชีพ และการฝึกอบรมที่ถูกต้อง รวมถึงพนักงานบริการส่วนใหญ่เป็นแรงงานจากท้องถิ่น ไม่มีคุณสมบัติทางการศึกษาที่เกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กับงานบริการโดยตรง ประกอบกับการขาดประสบการณ์ทางโรงแรมและความเอาใจใส่ในการให้บริการ ดังนั้นสิ่งที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเร่งพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้เกิดความพร้อมทางด้านทักษะการบริการ การสื่อสารภาษาต่างประเทศ การปลูกฝังทัศนคติที่ดีต่องานที่รับมอบหมาย และการวิเคราะห์ความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างถูกต้อง (มธุรส เกนขุนทด และคณะ, 2559; ระชานนท์ ทวีผล, 2560)

ความเอาใจใส่เป็นสิ่งสำคัญของการบริการที่มีส่วนช่วยสร้างความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ ให้ประสบความสำเร็จ ผู้ให้บริการสามารถเข้าใจถึงมุมมองความคิด รวมถึงความต้องการเฉพาะบุคคลที่แท้จริงของผู้รับบริการ สามารถช่วยลดอคติที่มีต่อผู้รับบริการได้ที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ต่างๆ (Grater, 2015) สำหรับผลการศึกษาคาเมรอนและคณะ (Cameron et al., 2015) แสดงให้เห็นว่าความเอาใจใส่ซึ่งเป็นสภาวะความรู้สึกร่วม ที่มีส่วนช่วยในการสัมผัสถึงอารมณ์ของผู้อื่น โดยสามารถหาเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับความต้องการได้อย่างชัดเจน เนื่องจากผู้รับบริการมีความคาดหวังการบริการที่มีคุณภาพสูง ซึ่งแต่ละบุคคลมีระดับความต้องการที่แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล เช่นเดียวกับแนวคิดของโอซังจิน (2559: 65-76) สามารถนำความเอาใจใส่ไปใช้ในทางธุรกิจช่วยสร้างความสัมพันธ์ของการแสดงออกทางด้านอารมณ์ โดยนำเสนอประสบการณ์ที่ดีต่อผู้รับบริการให้ได้รับความรู้สึกพิเศษกับตราสินค้า ซึ่งพนักงานบริการต้องสื่อสารความสนุกสนาน

ระหว่างการให้บริการ รวมถึงการมอบสิทธิพิเศษและความน่าเชื่อถือที่ตราสินค้า ซึ่งแสดงออกถึงความรู้สึกว่าตนเอง คือ คนพิเศษที่มีอภิสิทธิ์มากกว่าผู้รับบริการคนอื่น หากผู้ประกอบการสามารถสร้างความเอาใจใส่ได้สำเร็จ ผู้รับบริการจะเกิดความภักดีต่อตราสินค้าในระยะยาวตามไปด้วย อีกทั้งเป็นวิธีการแสดงออกของผู้รับบริการที่จะสามารถเป็นตัวเอกหรือคนสำคัญในพื้นที่แห่งนั้นมากยิ่งขึ้น ยกตัวอย่างเช่น ร้านเสื้อผ้าเพนนิ่งตันส์ ที่เพิ่มลูกเล่นของห้องลองเสื้อผ้าด้วยเทคโนโลยีแสดงความคิดเห็นด้วยภาพเสมือน เช่นเดียวกับภัตตาคารอเมริกันเอ็กซ์เพรส ที่จัดงานอีเวนต์มีค็อกเทลลอยฟ้าที่แคนาดาเพื่อบริการผู้ใช้บริการระดับวีไอพี

ไฮเดกเกอร์ (Heidegger, 1962) ให้ความเห็นว่าความเอาใจใส่ไม่ใช่เพียงแต่เป็นทักษะความสามารถที่เกิดขึ้นจากพนักงานบริการเพียงฝ่ายเดียวเท่านั้น แต่ความเอาใจใส่ยังซ่อนอยู่ในตัวของผู้รับบริการ ส่งผลให้เกิดความเข้าใจในทักษะการปฏิบัติงานและเจตนาที่แท้จริงของพนักงานบริการ ในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดระหว่างปฏิบัติหน้าที่จะสามารถเกิดการให้อภัยซึ่งกันและกันได้ ในขณะที่ผลการศึกษาของเพ็ดเวลล์ (Pedwell, 2013: 19) พบว่า ความเอาใจใส่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริบทของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ซึ่งบทบาทของผู้ที่คอยต้อนรับจะต้องพิจารณาถึงความต้องการของผู้มาเยือนแบบรายบุคคล โดยการสื่อสารเพื่อแพร่ขยายความเอาใจใส่ต่อบุคคลอื่นจะมีส่วนช่วยให้เกิดผลกระทบในเชิงบวกและลบได้เสมอ สิ่งสำคัญที่จะต้องกระทำคือการตั้งคำถามเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นโดยคำนึงถึงหลักคุณธรรมจริยธรรม ซึ่งจะต้องอยู่บนพื้นฐานของความเอาใจใส่ มีทั้งสิ้น 2 องค์ประกอบ (ระชานนท์ ทวีผล และ อธิวัฒน์ จันทิก, 2560) ได้แก่ (1) ความเอาใจใส่ด้านปัญญา (Cognitive Empathy) เป็นทักษะทางด้านความคิด ซึ่งจะต้องวิเคราะห์ความต้องการผ่านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่แสดงออกทางสีหน้า แววตา น้ำเสียง และการเคลื่อนไหวส่วนต่างๆ ของร่างกาย พร้อมกับการศึกษาบริบทแวดล้อมที่มีอิทธิพลเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ เช่น ประวัติภูมิหลัง เจตคติ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ เป็นต้น และ (2) ความเอาใจใส่ด้านอารมณ์ (Affective Empathy) เป็นการแสดงออกด้วยความรู้สึกของผู้ให้บริการในฐานะบุคคลที่สาม โดยจะต้องปรับเปลี่ยนมุมมองของตนเองให้เหมาะสมให้เป็นที่ศรัทธาเชิงบวกและสื่อสารออกไป เช่น การพยักหน้าเป็นจังหวะ การสื่อสารด้วยน้ำเสียงที่ไพเราะ การรับฟังอย่างตั้งใจ เป็นต้น ตามที่กล่าวมา ความเอาใจใส่ทั้ง 2 องค์ประกอบจะนำไปสู่การกำหนดวิธีการการคาดคะเนความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง รวมถึงความสามารถสื่อสารให้เกิดความเหมาะสมกับระดับบุคคล

ทักษะทางด้านปัญญา (Cognitive) ใช้สำหรับการวิเคราะห์แก้ไขสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวันเพื่อพัฒนาการบริการที่มีคุณภาพในระดับสากล ช่วยสนับสนุนการสร้างสรรค์คุณภาพบริการให้เกิดความเท่าเทียมกัน พนักงานบริการจำเป็นจะต้องแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่ที่ต้องใช้ทักษะทางความคิด เช่นเดียวกับ ข้อเสนอแนะของสเตเยอร์ (Stayer, 2004) อธิบายว่า ความเอาใจใส่เป็นวิธีการบริหารเสน่ห์ที่หลอกหลวงเท่านั้น สำหรับบุคคลที่มีสภาวะจิตใจไม่มั่นคง ต้องอาศัยทักษะทางด้านปัญญาที่คาดคะเนถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้อื่น สอดคล้องกับ ดาร์ริคและเดวิด (Darrick and David, 2006: 592) ที่นำเสนอให้เห็นถึงความได้เปรียบของผู้ที่มีทักษะทางสติปัญญาในระดับสูง สามารถคิดวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ ได้อย่างนุ่มลึก ลดอัตราการกระทำที่ผิดพลาดต่อผู้อื่นในสังคมมากยิ่งขึ้น สามารถรับฟังปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้อื่น ร่วมกับการวิเคราะห์สิ่งที่เกิดขึ้นพร้อมเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสมและช่วยลดสภาวะความเครียดที่จะเกิดขึ้น ซึ่งในขณะเดียวกัน

บทบาทของความเอาใจใส่จะต้องอาศัยทักษะทางปัญญาในการสร้างกระบวนการทางความคิด ควบคู่กับการเข้าไปศึกษาในสภาพแวดล้อมและเฝ้าสังเกตสถานการณ์ต่างๆ จะมีส่วนช่วยให้เกิดความเอาใจใส่ในสภาวะทางอารมณ์ของผู้อื่นได้มากยิ่งขึ้น (Wei et al., 2011)

ในขณะที่ผลการศึกษาของจินห์จู่ทซา ชัยเสนา ดาลลาส (2558: 19-21) ยังพบว่า ทักษะความเอาใจใส่ในมุมมองของงานบริการ ต้องอาศัยกระบวนการทางความคิดเชิงจินตนาการ เพื่อคาดคะเนความรู้สึกของผู้รับบริการ ความคิดที่ลึกซึ้งซึ่งช่วยรับรู้ถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยใช้วิธีการสืบค้นประวัติภูมิหลังที่เกี่ยวข้องกับผู้รับบริการอย่างละเอียด และการสอบถามความคิดเห็นจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้รับบริการ รวมถึงแนวทางการวิเคราะห์สามารถนำประสบการณ์ที่ผ่านมา เพื่อใช้เป็นต้นแบบหรือข้อเปรียบเทียบในการวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล สอดคล้องกับแนวคิดของแวงค์ (Wang, 1999) อธิบายเกี่ยวกับทักษะทางด้านปัญญาในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว เป็นกระบวนการที่พนักงานบริการจะต้องอาศัยความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมด้วยความเต็มใจ รวมถึงการวิเคราะห์อารมณ์ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างการโต้ตอบ ซึ่งจะต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานจากการพบเจอผู้รับบริการในครั้งก่อน ควบคู่กับการใช้ความรู้ความเข้าใจในทักษะการให้บริการจากแนวคิดทฤษฎีของหลักสูตรที่เกี่ยวข้อง การบริการจากสถาบันทางการศึกษา

อย่างไรก็ตามสิ่งที่ช่วยส่งเสริมทักษะทางด้านปัญญาของพนักงานบริการ จำเป็นต้องอยู่ภายใต้วัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ เพื่อผลักดันให้สมาชิกภายในองค์กรเกิดความต้องการที่จะแสวงหาความรู้ (Need Knowledge) ในการปฏิบัติงานเพิ่มมากขึ้น สำหรับแหล่งความรู้ที่สำคัญที่สุดในการเผยแพร่ให้แก่พนักงานบริการเกิดจากประสบการณ์ของผู้บริหาร โดยการใช้สื่อที่ทันสมัยในการเผยแพร่ทักษะการปฏิบัติงานเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในสายอาชีพ (ประศาสน์ นิยม, 2555) สำหรับพนักงานบริการที่ความรู้ความเข้าใจในภาระหน้าที่ของตนเองเป็นอย่างดี จะช่วยการตัดสินใจเมื่อเผชิญหน้ากับปัญหาที่ส่งผลกระทบต่องานได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งในขณะเดียวกันการตัดสินใจในการปฏิบัติอาจพบกับความเสี่ยงหลากหลายรูปแบบ การคิดวิเคราะห์อย่างรอบคอบโดยการเชื่อมโยงพื้นฐานความรู้ที่มีและประสบการณ์ในการปฏิบัติงานประจำวันมาใช้ ส่งผลให้การตัดสินใจ (Decision Making) มีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น (สิทธิพร ประวัตินุ่งเรือง และสมยศ อวเกียรติ, 2557) เช่นเดียวกับการใช้เทคนิคการจดจำตามแนวทางของอัญญา จุลศิริ และเสรี ชัดเข้ม (2557) ที่นำเสนอว่าเทคนิคการจดจำ (Memory) ของพนักงานบริการ สามารถเรียนรู้ข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจ เช่น การมองเห็น การได้ยิน จากนั้นจึงนำข้อมูลเข้าสู่การบันทึกเพื่อนำไปใช้ประมวลผลและการคิดวิเคราะห์แก้ไขปัญหา โดยการจัดลำดับเหตุการณ์ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่พบเจอนอกจากนี้ การพึ่งพาอาศัยด้านทัศนคติ (Attitude) ของพนักงานบริการที่มีพื้นฐานมาจากการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวและสภาพแวดล้อมทางสังคม อาจสร้างผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจในการให้บริการ พนักงานบริการจะต้องตระหนักถึงคุณธรรมจริยธรรมที่มีต่อผู้รับบริการ พร้อมกับการควบคุมอารมณ์โต้ตอบในระหว่างปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีอาชีพ (รฐา ดุริยางกูล และระพีพร ศรีจำปา, 2558)

สำหรับทักษะทางด้านอารมณ์ (Affective) เป็นการตอบสนองปฏิกิริยาที่กำลังเผชิญหน้าด้วยด้วยอารมณ์ในระดับที่เหมาะสมกับสภาพจิตใจของผู้อื่น เป็นคุณสมบัติที่สำคัญในการ

ให้บริการที่ช่วยให้เกิดความสบายใจแก่ผู้รับบริการ (Shamay and et al., 2009) ข้อเสนอแนะของ อับบราฮัม (Abraham, 2015) ที่อธิบายเกี่ยวกับโรงแรมประเภทเครือข่ายที่มีความหรูหรา มีทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง เช่น ริชคาร์ตัน (Ritz Carlton) ที่กำลังประสบปัญหาจากพนักงานบริการในโรงแรม เริ่มมีความรู้สึกเกลียดชังผู้รับบริการที่มีฐานะร่ำรวย พร้อมกับความต้องการที่เหนือความคาดหมายจนเกินไป พนักงานบริการบางรายแสดงความเห็นว่าผู้รับบริการที่ชอบออกคำสั่งเปรียบเสมือนว่าพนักงานบริการคือทาสรับใช้ชั้นต่ำ สำหรับพนักงานบริการบางรายมักจะมีปากเสียงกับผู้รับบริการระดับคนสำคัญของโรงแรม จนเกิดความต้องการที่จะทำร้ายร่างกายผู้รับบริการจากการศึกษาพบว่าพนักงานบริการเหล่านั้น ขาดความเอาใจใส่ทั้งด้านอารมณ์ (Affective Empathy) พร้อมกับการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรให้ตระหนักถึงความสำคัญของผู้รับบริการทุกรายจะต้องถูกต้องเสมอในสายของพนักงานบริการ ต้องรู้จักการเผิกเฉยไม่ให้ความสนใจกับสิ่งเหล่านั้นที่เกิดขึ้นไปแล้ว หรือการกระทำความผิดของผู้รับบริการทั้งเจตนาและไม่ได้เจตนา นอกจากนี้ปัญหาสืบเนื่องจากการไม่สามารถตอบสนองทางอารมณ์และความต้องการได้ในระยะสืบเนื่องกลุ่มผู้รับบริการจะกลับไปหาธุรกิจรายใหม่ที่สามารถตอบสนองความต้องการและมีความเข้าใจอารมณ์พื้นฐาน (Bandura, 2001)

ความซับซ้อนทางด้านอารมณ์ของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่พนักงานบริการจะต้องเตรียมความพร้อมต่อการรองรับรูปแบบการสื่อสาร โดยเลือกใช้วิธีการโต้ตอบด้วยระดับอารมณ์ (Interaction) ที่มีความเหมาะสม ซึ่งพนักงานบริการต้องใช้ความพยายามในการเรียนรู้และยอมรับอารมณ์ของตนเองระหว่างการเผชิญกับผู้รับบริการทุกช่วงเวลา พร้อมกับการปรับเปลี่ยนระดับอารมณ์ให้อยู่ในสถานะเช่นเดียวกับผู้รับบริการ ซึ่งเป็นวิธีการค้นหาสาเหตุในสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการอย่างแท้จริง (Goldenberg, I. and Goldenberg, H, 2008) ในขณะที่กลิสสันและดิวริค (Glisson and Durick) ได้นำเสนอแนวทางการสื่อสารทางอารมณ์ที่จะต้องคำนึงถึงความเท่าเทียมกันกับผลตอบแทนของผู้รับบริการด้านปริมาณหรือจำนวนสิ่งสนับสนุนที่สัมพันธ์กันได้ รวมถึงด้านคุณภาพที่สามารถรับรู้ได้จากการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความยุติธรรม ซึ่งเป็นพื้นฐานความต้องการของผู้รับบริการในการสร้างความเสมอภาค (Equality) แก่ผู้รับบริการให้ได้รับโอกาสช่วยเหลือจากพนักงานบริการอย่างเท่าเทียมกัน ทั้งนี้ กระบวนการทางอารมณ์ยังมีส่วนเกี่ยวข้องกับจริยธรรมในการใช้คำพูดสื่อสารที่แสดงออกถึงการยกย่องให้เกียรติ (Commendation) แก่ผู้รับบริการ ซึ่งพนักงานบริการจะต้องเลือกใช้คำพูดที่สุภาพอ่อนน้อม คำนึงถึงการรับรู้ของผู้รับบริการโดยไม่อาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัว เพื่อให้ผู้รับบริการรู้สึกถึงความอับอายหรือการถูกกระทำให้เสียชื่อเสียง (รัชมน วรรณพิณ และวาสิณี วิเศษฤทธิ์, 2555) นอกจากนี้การสร้างความสุข (Happiness) ยังถูกนำมาใช้เป็นทางเลือกในการโต้ตอบทางอารมณ์ระหว่างผู้รับบริการกับพนักงานบริการ ซึ่งสถานะทางอารมณ์แห่งความสุขของพนักงานบริการมีส่วนเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมขององค์กรที่ผู้ประกอบการมีส่วนช่วยในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี การจัดสรรสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกแก่พนักงานบริการ ตลอดจนการได้รับความเอาใจใส่กับเรื่องราวส่วนบุคคล รวมถึงการชี้แนะหรือการให้คำแนะนำเพื่อเป็นแนวทางแก่การดำเนินชีวิตได้อย่างถูกต้อง หากพนักงานบริการเกิดความสุขในตนเองจะสามารถส่งต่อสถานะทางอารมณ์ที่ดีแก่ผู้รับบริการ (กัลยาณี เสนาสุ, 2559)

ตามที่ได้กล่าวมา การให้ความสำคัญของความเอาใจใส่ด้านอารมณ์เป็นสิ่งที่ต้องนำกลับมาทบทวนเรื่องสภาวะทางจิตใจของพนักงานบริการจากระบบการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากร และนโยบายขององค์กรที่เป็นตัวกำหนดขอบเขตหน้าที่การให้บริการ เพื่อส่งเสริมให้เกิดทักษะความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงาน รวมถึงการพัฒนาคุณภาพบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการทุกระดับ (Medicine, 2015) เช่นเดียวกับผลการศึกษาของแพทริเซียและคณะ (Partrica et al., 2015) พบว่า สภาวะทางจิตใจมีบทบาทที่สำคัญต่อการดำเนินชีวิต จำเป็นต้องปรับปรุงพัฒนาสภาวะทางจิตใจของพนักงานบริการ เพื่อนำไปสู่การสร้างความเอาใจใส่ที่สูงขึ้น ช่วยลดระดับความทุกข์ทรมานทางจิตใจในสถานการณ์ต่างๆ ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ แนวทางการบริหารอารมณ์ที่ดีมีส่วนช่วยในการปรับปรุงความเอาใจใส่ในการบริการ โดยเริ่มต้นจากการเฝ้าสังเกตพฤติกรรมของผู้รับบริการอย่างใกล้ชิด เพื่อให้เกิดความรู้สึกทางอารมณ์ของตนเอง เช่น การห่วงใยเอื้ออาทร ความทุกข์ใจร่วมกับผู้อื่น ผลักดันให้เกิดความกระตือรือร้นที่อยากจะเข้าไปช่วยเหลือได้ทันที (Simon and Sally, 2004) ที่นำเสนอมาจะเห็นได้ว่าพนักงานบริการในโรงแรมประเภทบูติค จะต้องปฏิบัติสัมพันธ์ใกล้ชิดกับผู้รับบริการ ซึ่งมีความเสี่ยงต่อสภาวะทางอารมณ์ที่มีผลต่อความไม่พึงพอใจในคุณภาพบริการ เป็นคุณสมบัติสำคัญของพนักงานบริการจำเป็นต้องหมั่นฝึกการควบคุมอารมณ์ของตนเองให้คงที่ เพื่อการแก้ไขปัญหาที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับการบริการและสามารถจัดการกับข้อร้องเรียนจากผู้รับบริการ

การดำเนินธุรกิจโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทยในปัจจุบันจะต้องอาศัยปัจจัยสนับสนุนต่างๆ มากมาย เช่น การคัดเลือกทำเลที่ตั้ง การออกแบบโครงสร้างอาคารสถานที่ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด การกำหนดกระบวนการให้บริการ การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย เป็นต้น เนื่องด้วยเป็นกิจการขนาดเล็ก มีจำนวนห้องพักไม่มากเมื่อเทียบโรงแรมประเภทอื่นๆ ที่เพิ่มจำนวนอย่างต่อเนื่องในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว รวมถึงนโยบายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดมาตรฐานการบริการที่ยังไม่สามารถเทียบเท่ากับโรงแรมประเภทเครือข่ายที่มีมาตรฐานระดับ 5 ดาวที่การันตีคุณภาพบริการ ผู้ประกอบการโรงแรมประเภทบูติคจะต้องเผชิญกับความท้าทายหลากหลายรูปแบบในสนามแข่งขัน พร้อมกับลักษณะทางพฤติกรรมของผู้รับบริการที่มีความหลากหลาย สามารถปรับเปลี่ยนตามค่านิยมหรือกระแสสังคมอยู่เสมอ ส่งผลให้วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ของโรงแรมประเภทบูติคมีช่วงระยะเวลาที่จำกัดมากกว่าโรงแรมประเภทเครือข่าย ผู้ประกอบการโรงแรมประเภทบูติครายใดที่ไม่สามารถสร้างความโดดเด่นเพื่อจูงใจกลุ่มเป้าหมายได้ อาจจะต้องสูญหายจากท้องตลาดภายในระยะเวลารวดเร็ว ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าการพัฒนาคุณภาพบริการโดยอาศัยทักษะความเอาใจใส่จากตัวพนักงานบริการ สามารถใช้เป็นทางเลือกใหม่สำหรับการยกระดับการบริการในแบบฉบับเฉพาะของโรงแรมประเภทบูติค เพื่อการดำรงอยู่ของกิจการในทุกยุคทุกสมัยต่อไป ข้อได้เปรียบของโรงแรมประเภทบูติค คือ การได้ดูแลใกล้ชิดกับผู้รับบริการมากกว่าโรงแรมประเภทอื่นๆ ซึ่งจะต้องใช้องค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการที่จะต้องพัฒนาให้เกิดความเหมาะสม จึงนำไปสู่ที่มาของการศึกษาเรื่อง การพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

2. คำถามการวิจัย

2.1 แนวโน้มบทบาทขององค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย มีลักษณะเป็นอย่างไร

2.2 องค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย จากการตั้งต้นแนวคิดความเอาใจใส่ที่ประกอบทักษะด้านปัญญา (Cognitive) และทักษะด้านอารมณ์ (Affective) สู่การสร้างองค์ประกอบแบบจำแนกรายด้านมีรายละเอียดอย่างไร

2.3 ผลการประเมินคู่มือการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย มีค่าคะแนนการประเมินความเป็นอย่างไร

3. วัตถุประสงค์การวิจัย

3.1 เพื่อศึกษาแนวโน้มองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

3.2 เพื่อศึกษาองค์ประกอบของความเอาใจใส่ในการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

3.3 เพื่อศึกษาการพัฒนาคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

4. สมมติฐานการวิจัย

การพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานไว้ดังนี้

4.1 ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยสำหรับเปรียบเทียบความรู้ของผู้เข้าร่วมการทดลองคู่มือก่อนและหลังด้วยวิธีการของแม็คเนมาร์ (McNemar Test) ดังนี้

H_0 หมายถึง พนักงานบริการที่ทดลองใช้คู่มือมีคะแนนทดสอบความรู้ไม่แตกต่างกัน

H_1 หมายถึง พนักงานบริการที่ทดลองใช้คู่มือมีคะแนนทดสอบความรู้เพิ่มขึ้นก่อนเข้าร่วมการทดลอง

4.2 ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยสำหรับเปรียบเทียบความรู้ของกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลองด้วยวิธีการของแม็คเนมาร์ (McNemar Test) ดังนี้

H_0 หมายถึง พนักงานบริการกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลองมีค่าคะแนนทดสอบความรู้ไม่แตกต่างกัน

H_1 หมายถึง พนักงานบริการกลุ่มทดลองมีค่าคะแนนทดสอบความรู้มากกว่ากลุ่มควบคุม

4.3 ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้สำหรับทดสอบการประเมินคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคด้วยวิธีการของแมนวิทนี (The Mann-Whitney U test) ดังนี้

H_0 หมายถึง คະแนนพฤติกรรมการปฏิบัติงานที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษตามจำแนกตามรายแห่งของโรงแรมประเภทบูติคไม่แตกต่างกัน

H_1 หมายถึง คະแนนพฤติกรรมการปฏิบัติงานที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษตามจำแนกตามรายแห่งของโรงแรมประเภทบูติคแตกต่างกัน

5. ขอบเขตของการวิจัย

การพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษา ดังนี้

5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า พร้อมวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยเสนอสาระสำคัญตามลำดับ โดยมีรายละเอียดของแนวคิดทฤษฎีความเอาใจใส่ (Empathy) จากองค์ประกอบตั้งต้น ได้แก่ ทักษะด้านปัญญา (Cognitive) และทักษะด้านอารมณ์ (Affective) พร้อมกับบริบทของการบริหารจัดการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

5.2 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลักและกลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ในงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อศึกษาแนวโน้มบทบาทองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคซึ่งเป็นผู้ประกอบการโรงแรมประเภทบูติคและผู้ควบคุมการปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งมีหน้าที่กำหนดนโยบายการบริการแก่สมาชิกในองค์กรโดยตรง เพื่อนำไปสู่ข้อสรุปเชิงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการในบริบทโรงแรมประเภทบูติค สำหรับในงานวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม เพื่อศึกษาองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค มีประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคในประเทศไทย

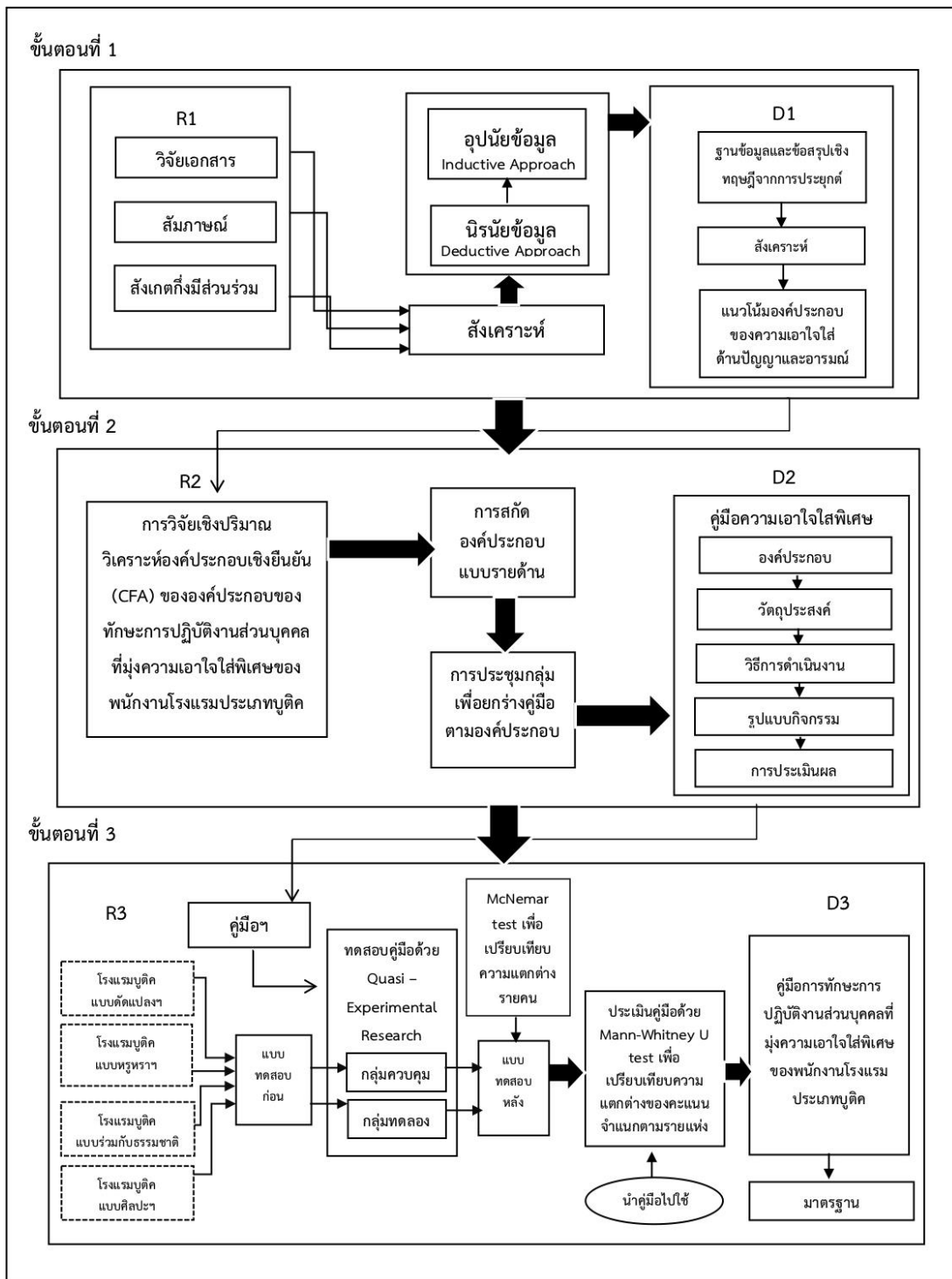
5.3 ขอบเขตด้านเวลาและสถานที่

ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ.2559 ถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2560 เป็นระยะเวลา 1 ปี โดยศึกษาข้อมูลแบบภาคตัดขวาง (Cross Section Data) ทางด้านสถานที่ ผู้วิจัย ได้เริ่มต้นด้วยงานวิจัยเชิงคุณภาพ ร่วมกับงานวิจัยเชิงปริมาณ และงานวิจัยกึ่งทดลองกับพนักงานโรงแรมประเภทบูติคในประเทศไทย ที่มีรายชื่อเข้าประกวดสุดยอดโรงแรมประเภทบูติค จาก 4 รูปแบบ ได้แก่ (1) รูปแบบดัดแปลงอาคารเก่าแก่หรือตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน (Culture) (2) รูปแบบหรูหราและร่วมสมัย (Luxury and Modern) (3) รูปแบบอยู่ร่วมกับธรรมชาติ (Nature) และ (4) รูปแบบศิลปะสถาปัตยกรรมการออกแบบ (Art and Thematic)

6. กรอบแนวคิดของการวิจัย

การพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) ที่ผสมผสานระหว่างงานวิจัยเชิงคุณภาพ ร่วมกับงานวิจัยเชิงคุณภาพ และงานวิจัยกึ่งทดลอง โดยกรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้พัฒนาเป็นกรอบแนวคิดเชิงขั้นตอน ดังที่แสดงในภาพที่ 1





ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากภาพที่ 1 ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดเชิงขั้นตอนของการศึกษางานวิจัยเรื่องนี้ โดยแบ่งขั้นตอนการดำเนินงานออกเป็น 3 ขั้นตอน โดยเริ่มต้นจากงานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีวิทยาการประยุกต์การสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก

(In-depth Interviews) กับผู้ประกอบการหรือผู้ควบคุมการปฏิบัติงานของโรงแรมประเภทบูติคที่ทำหน้าที่กำหนดนโยบายและกำกับดูแลพนักงานบริการ เพื่อประยุกต์การสร้างทฤษฎีฐานรากและข้อสรุปเชิงทฤษฎีที่เกี่ยวกับองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษ จากนั้นจะเข้าสู่ขั้นตอนที่ 2 คือการวิจัยเชิงปริมาณกับกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานบริการในโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย เพื่อยืนยันองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษจากแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการสถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตามองค์ประกอบหลัก (Confirmatory Factor Analysis) สำหรับขั้นตอนที่ 3 เป็นการดำเนินการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi - Experimental Research) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดียวในการทดลองและเก็บข้อมูลจากสถานการณ์จริงขณะปฏิบัติหน้าที่ จากนั้นผู้วิจัยได้ใช้วิธีการของแม็คเนมาร์ (McNemar Test) เพื่อประเมินความแตกต่างของคะแนนก่อน-หลังการทดลองใช้คู่มือ รวมถึงการประเมินความแตกต่างของกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลอง อีกทั้งผู้วิจัยได้ใช้วิธีการของแมนวิทนี (The Mann-Whitney U test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าคะแนนประเมินโดยการจำแนกรายประเภทของโรงแรมประเภทบูติค 4 รูปแบบ ได้แก่ (1) รูปแบบตัดแปลงอาคารเก่าแก่หรือตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน (Culture) (2) รูปแบบหรูหราและร่วมสมัย (Luxury and Modern) (3) รูปแบบอยู่ร่วมกับธรรมชาติ (Nature) และ (4) รูปแบบศิลปะสถาปัตยกรรมการออกแบบ (Art and Thematic) รูปแบบละ 2 แห่ง รวมทั้งหมดเป็น 8 แห่ง และสรุปจัดทำเป็นคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการทดลองในการวิจัยนี้

7. ประโยชน์ที่ได้รับ

ผลจากการวิจัยการพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย เกิดประโยชน์ใน 2 ลักษณะคือ ประโยชน์ทางวิชาการ และ ประโยชน์ต่อการนำไปใช้ ดังนี้

7.1 ประโยชน์ทางวิชาการ

7.1.1 ผลของการวิจัยนี้ สามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดคุณลักษณะพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค โดยการพิจารณาพนักงานบริการที่มีความเหมาะสมกับการปฏิบัติงานภายในโรงแรมประเภทบูติค จำเป็นต้องมีคุณลักษณะความเอาใจใส่พิเศษตามผลของการวิจัยซึ่งผู้ประกอบการและนักวิชาการสามารถนำไปปรับใช้เป็นพื้นฐานของการพัฒนาพนักงานบริการให้เกิดคุณสมบัติที่สอดคล้องกับนโยบายขององค์กร สามารถเข้าใจถึงองค์ประกอบร่วมของความเอาใจใส่พิเศษ ประกอบด้วย ทักษะด้านปัญญา (Cognitive) ที่ช่วยส่งเสริมกระบวนการคิดวิเคราะห์ของพนักงานบริการ สร้างความเข้าใจถึงกระบวนการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง อีกทั้งยังสามารถประยุกต์ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้รับบริการ ตลอดจนการประเมินผลการปฏิบัติงานตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นประจำวัน และทักษะด้านอารมณ์ (Affective) ที่ช่วยสนับสนุนการรับรู้ปรากฏการณ์ที่มีผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้รับบริการ มีส่วนช่วยในการปรับลดระดับการสื่อสารให้เกิดความเหมาะสมระหว่างการปฏิบัติงานในโรงแรมประเภทบูติค พร้อมกับการส่งเสริมทัศนคติที่ดีแก่ผู้รับบริการ โดยผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นพื้นฐานของการประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่

อย่างมืออาชีพภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังสามารถพัฒนาเป็นคู่มือการพัฒนาทักษะ การปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของ ประเทศไทย เพื่อเป็นเครื่องมือต้นแบบในการบริหารทรัพยากรบุคคลในกลุ่มธุรกิจบริการประเภท อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

7.1.2 ผลของการวิจัยนี้ สามารถนำไปยืนยันคุณลักษณะของพนักงานบริการที่มุ่ง ความเอาใจใส่พิเศษ ที่เป็นแนวทางสำหรับการสร้างกระบวนการบริการที่เป็นเลิศ โดยการกำหนดเป็น องค์กรประกอบหลักและองค์ประกอบย่อยสู่การพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคล ในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวของประเทศไทยต่อไปในอนาคต ทั้งในส่วนของทักษะ ทางด้านปัญญา (Cognitive) เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้รับบริการที่มีความแตกต่างกันไปตาม รสนิยมและระดับชั้นทางสังคม รวมถึงการใช้ทักษะทางด้านอารมณ์ (Affective) เพื่อจัดระเบียบ อารมณ์ของพนักงานบริการในระดับที่เหมาะสมกับความรู้สึกของผู้รับบริการ อีกทั้งยังเป็นแนว ทางการสนับสนุนทักษะทางมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น หลีกเลี่ยงการเผชิญหน้ากับสภาวะอารมณ์ที่เกิด จากความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการในแต่ละวัน

7.1.3 ผลของการวิจัยนี้ สามารถนำเสนอองค์ประกอบย่อยของความเอาใจใส่พิเศษ ภายใต้นแนวคิด “MIND REACH หรือ การบรรลุด้วยหัวใจ” ที่ ประกอบด้วย (1) ความต้องการความรู้ (Need Knowledge) เป็นความรู้ความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย (2) การตัดสินใจ (Decision Making) จากการพิจารณาความเป็นไปได้ในแต่ละสถานการณ์ที่เกิดขึ้น (3) ความจำ (Memory) การรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลจากช่องทางต่างๆ เพื่อจำจรายละเอียดและ คุณลักษณะที่สำคัญของผู้รับบริการ (4) ทักษะ (Attitude) เป็นการใช้แนวคิดพื้นฐานเชิงบวกเข้ามา สนับสนุนการปฏิบัติงาน (5) การรับรู้ (Recognition) ในฐานะผู้ฟังที่ดีร่วมกับการตั้งคำถามในสิ่งที่ เป็น ข้อสงสัย ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อกระบวนการให้บริการ (6) การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) โดยการใช้สื่อกลางในการเจรจาต่อรองกับผู้รับบริการ ตลอดจนการหลีกเลี่ยงสถานการณ์การ เผชิญหน้ากับข้อโต้แย้งที่ยากต่อการควบคุม (7) ความเสมอภาค (Equality) ใช้วิธีการปรับเปลี่ยน รูปแบบการบริการให้ผู้รับบริการทุกคนได้รับสิทธิผลประโยชน์ที่คุ้มค่าและเท่าเทียมกันทุกราย (8) การยกย่องให้เกียรติ (Commendation) ที่แสดงออกจากการสื่อสารและการไม่สร้างสิ่งรบกวนที่ มีต่อผู้รับบริการตลอดระยะเวลาการเข้าพัก และ (9) การสร้างความสุข (Happiness) ที่ส่งผ่านจาก พนักงานบริการสู่ผู้รับบริการ โดยใช้กิจกรรมที่สร้างความสนุกสนานและสิ่งอำนวยความสะดวกใน ระหว่างการเข้าพักในโรงแรม สามารถนำไปประยุกต์ร่วมกับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับหลักการ จัดการบริการ (Service Management) ในกลุ่มธุรกิจบริการที่ใช้แรงงานมนุษย์เป็นส่วนขับเคลื่อน ความสำเร็จ

7.2 ประโยชน์ต่อการนำไปใช้

7.2.1 ผู้ประกอบการโรงแรมประเภทบูติคสามารถนำหลักการไปปรับใช้เป็นแนว ทางการกำหนดนโยบายการปฏิบัติงานขององค์กร เพื่อส่งเสริมมาตรฐานการบริการด้วยความเอาใจใส่ พิเศษที่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากโรงแรมประเภทอื่นๆ ทั้งนี้ คุณลักษณะความเอาใจใส่จากคู่มือการ ปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษสามารถปรับเปลี่ยนตามบริบท รวมถึงผู้ประกอบการ สามารถใช้เป็นแนวทางในการคัดเลือกและพัฒนาทักษะของพนักงานบริการในโรงแรมประเภทบูติค

เพื่อให้ได้มาซึ่งแรงงานที่มีความเป็นมืออาชีพ มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานที่จะต้องประกอบไปด้วยทักษะทางด้านปัญญา (Cognitive) สำหรับการคิดวิเคราะห์ที่ปัจจัยที่ส่งกระทบจากภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงทักษะทางด้านอารมณ์ (Affective) สำหรับการเลือกใช้วิธีการสื่อสารโต้ตอบกับผู้รับบริการในรูปแบบที่เป็นทางการและรูปแบบอวัจนภาษา อีกทั้งยังสามารถสร้างสรรค์รูปแบบกิจกรรมการฝึกอบรมและพัฒนาความเอาใจใส่พิเศษที่มีความหลากหลายและเหมาะสมกับพนักงานบริการแต่ละบุคคล ทั้งนี้ คุณลักษณะความเอาใจใส่จากคู่มือสามารถปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย ตลอดจนการนำไปใช้เป็นแนวทางส่งเสริมการเรียนรู้ก่อนการเริ่มต้นการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มนักศึกษาที่มีความสนใจที่จะประกอบอาชีพในโรงแรมประเภทบูติค หรือโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก เพื่อส่งเสริมทักษะการปฏิบัติหน้าที่ให้เกิดการยอมรับจากผู้รับบริการและผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน

7.2.2 ผู้ประกอบการโรงแรมประเภทบูติคจะได้รับคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อใช้สำหรับการพัฒนาทักษะเฉพาะของพนักงานบริการในการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับบริการ รวมถึงการมีส่วนร่วมช่วยในการส่งเสริมกระบวนการให้บริการเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริการที่มีความหลากหลายตามลักษณะทางพฤติกรรมมนุษย์ได้อย่างครอบคลุม ซึ่งจะต้องอาศัยทักษะทางด้านปัญญา (Cognitive) ที่มาจากเผ่าสังเกตพฤติกรรมของผู้รับบริการ เช่น สีหน้า น้ำเสียง การเคลื่อนไหวทางร่างกาย เป็นต้น และทักษะทางด้านอารมณ์ (Affective) ที่มาจากการปรับเปลี่ยนระดับอารมณ์ของตนเองให้อยู่ในสถานการณ์เดียวกับผู้รับบริการ โดยเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสม เช่น การพยักหน้า การปรับสีหน้า เป็นต้น นอกจากนี้ ยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการประเมินทักษะการปฏิบัติงานของพนักงาน พร้อมกับพิจารณาข้อร้องเรียนและการแก้ไขข้อบกพร่องที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผู้ให้บริการให้มีความเป็นมืออาชีพมากยิ่งขึ้น

7.2.3 ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานสามารถนำคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย นำไปใช้เป็นแนวทางการประเมินทักษะการบริการ โดยสามารถคัดเลือกใช้ในองค์ประกอบด้านความต้องการความรู้ (Need Knowledge) เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมของพนักงานบริการรายใหม่ที่เริ่มต้นการปฏิบัติงานในโรงแรม ซึ่งจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจในภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย อีกทั้งช่วยให้พนักงานบริการสามารถปฏิบัติหน้าที่ของตนเองได้อย่างถูกต้อง สำหรับกลุ่มพนักงานบริการปัจจุบันจำเป็นต้องมีการเสริมสร้างทักษะความเอาใจใส่พิเศษอย่างสม่ำเสมอ โดยใช้วิธีการประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อทบทวนองค์ความรู้จากความเอาใจใส่พิเศษและเพิ่มพูนประเด็นร่วมสมัยที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในงานของตนเอง

7.2.4 พนักงานบริการสามารถเรียนรู้และเข้าใจในความต้องการของผู้รับบริการ ทั้งรูปแบบการคิดและการวิธีการตัดสินใจ ตลอดจนการแสดงออกทางพฤติกรรมในระหว่างการให้บริการ มีส่วนสนับสนุนให้พนักงานบริการสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการบริการให้เกิดความเหมาะสมเป็นรายบุคคล อีกทั้งยังสามารถช่วยลดปัญหาข้อร้องเรียนจากผู้รับบริการและหลีกเลี่ยงการโต้แย้งที่คาดว่าจะเกิดขึ้น รวมถึงช่วยรักษาระดับความสัมพันธ์กับผู้รับบริการรายเก่าเกี่ยวกับความเชื่อมั่นที่มีต่อพนักงานบริการในโรงแรมประเภทบูติค

8. นียามศัพท์

โรงแรมประเภทบูติก (Boutique Hotels) หมายถึง ธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กมีจำนวนห้องพักที่จำกัด พร้อมกับการนำเสนอมีการตกแต่งสภาพแวดล้อมทางกายภาพให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวด้วยความสวยงาม ผสมผสานธรรมชาติและวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ร่วมกับการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ที่ร่วมสมัย อีกทั้งยังมีพนักงานบริการที่แสดงออกถึงความเอาใจใส่แบบรายบุคคล และการต้อนรับด้วยมิตรไมตรีที่อบอุ่นเป็นกันเอง ซึ่งโรงแรมประเภทบูติกมีลักษณะการบริหารจัดการ 2 ประเภท ได้แก่ โรงแรมประเภทบูติกที่บริหารจัดการด้วยตนเอง หรือเรียกว่าโรงแรมประเภทบูติกขนาดกลางและเล็ก และโรงแรมประเภทบูติกที่บริหารจัดการแบบเครือข่ายมีอาชีพ หรือเรียกว่าโรงแรมประเภทบูติกกลางและขนาดใหญ่ โดยโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทยสามารถจำแนกตามการออกแบบเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ (1) รูปแบบดัดแปลงอาคารเก่าแก่หรือตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน (Culture) (2) รูปแบบหรูหราและร่วมสมัย (Luxury and Modern) (3) รูปแบบอยู่ร่วมกับธรรมชาติ (Nature) และ (4) รูปแบบศิลปะสถาปัตยกรรมการออกแบบ (Art and Thematic)

การบริการที่เป็นเลิศ (Service Excellent) หมายถึง แนวทางการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานบริการตามนโยบายขององค์กร โดยพิจารณาควบคู่กับระยะเวลา งบประมาณ และการมอบหมายภาระหน้าที่ของแต่ละฝ่าย ซึ่งการออกแบบกระบวนการปฏิบัติงานจะประสบความสำเร็จได้ จะต้องพิจารณาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับบริการ รวมถึงองค์กรจะต้องเตรียมความพร้อมของผู้ให้บริการมีความรู้ทางด้านทักษะทางวิชาชีพ โดยคำนึงถึงความสามารถสำหรับการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าอย่างรวดเร็ว ตลอดจนผู้ให้บริการต้องใช้ทักษะมนุษยสัมพันธ์ด้วยการใส่ใจรายละเอียดส่วนบุคคลของผู้รับบริการ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่องค์กรในระยะยาว ซึ่งผู้ประกอบการและผู้ควบคุมการปฏิบัติงานจะต้องออกแบบกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้และการฝึกอบรมและพัฒนาสมรรถนะแก่บุคลากรในองค์กร ร่วมกับการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริการอย่างต่อเนื่อง จากนั้นจะต้องนำผลลัพธ์หรือข้อเสนอแนะต่างๆ กลับมาพิจารณาเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้สอดคล้องกับนโยบายขององค์กรและการยอมรับของผู้รับบริการ

คุณภาพบริการ (Service Quality) หมายถึง แนวทางการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติก โดยจะต้องพิจารณาจากนโยบายขององค์กรที่ใช้ควบคุมมาตรฐานการบริการในส่วนงานต่างๆ พร้อมกับการศึกษาพฤติกรรมเพื่อค้นหาความคาดหวังก่อนการรับบริการ และการรับรู้ถึงความคุ้มค่าของผู้รับบริการหลังจากที่กระบวนการให้บริการสิ้นสุดลง ช่วยลดข้อผิดพลาดที่คาดว่าจะเกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานบริการให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น รวมถึงการแสดงทักษะความรู้ความสามารถทางวิชาชีพและการแสดงออกถึงความกระตือรือร้นของพนักงานบริการ พร้อมกับการสรรหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้รับบริการต้องการภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว ตลอดจนการเตรียมความพร้อมของสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ ช่วยลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มีความยุ่งยากให้เกิดความยืดหยุ่นในระหว่างการประชุมภายในองค์กร ทั้งนี้ การส่งเสริมคุณภาพบริการของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติก จะต้องพัฒนาทักษะการปฏิบัติหน้าที่ให้เกิดความเป็นมืออาชีพและการใช้รูปแบบการสื่อสารที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มของผู้รับบริการ

ความเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง คุณลักษณะของบุคคลที่จะต้องอาศัยทักษะทางความคิดอย่างเป็นระบบเชื่อมโยงกับบุคลิกภาพทางอารมณ์ที่แสดงออก เพื่อสร้างสรรค์แนวคิดที่ปราศจากอคติต่อผู้อื่น สามารถเข้าใจความต้องการของผู้อื่นที่มีความต้องการที่แตกต่างระหว่างบุคคล รวมถึงการกำหนดรูปแบบการสื่อสารให้เหมาะสมแบบรายบุคคล สามารถสื่อสารให้เหมาะสมกับความรู้สึกของผู้อื่น ช่วยลดความขัดแย้งที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการเผชิญหน้ากับปัญหาในแต่ละครั้ง และยังเป็นแนวทางการสร้างความสัมพันธ์อย่างยั่งยืนต่อการดำเนินชีวิตประจำวันอย่างมีความสุข ซึ่งความเอาใจใส่ในธุรกิจบริการเป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมความเป็นมืออาชีพแก่พนักงานบริการ สามารถจดจำรายละเอียดของผู้รับบริการแบบรายบุคคล นอกจากนี้ความเอาใจใส่ยังเป็นการตรวจสอบความพึงพอใจและข้อเสนอแนะต่างๆ ที่มีต่อการบริการ เพื่อนำข้อบกพร่องกลับมาพิจารณา พร้อมปรับปรุงแก้ไขในการปฏิบัติงานในครั้งต่อไป ซึ่งทักษะความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการสามารถฝึกฝนได้โดยอาศัยรูปแบบการฝึกอบรมและพัฒนาทัศนคติส่วนบุคคลของพนักงานบริการ โรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

ทักษะทางด้านปัญญา (Cognitive) หมายถึง การใช้ทักษะทางสมองของพนักงานบริการ โรงแรมประเภทบูติคที่สามารถวิเคราะห์ หรือคาดคะเนความต้องการของผู้อื่นอย่างเป็นระบบแบบแผนที่ชัดเจน โดยผู้วิเคราะห์สามารถนำเอาประสบการณ์ของผู้อื่นจากการใช้บริการในครั้งก่อน ร่วมกับการสืบค้นประวัติภูมิหลังเชิงลึกของแต่ละบุคคล เพื่อนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจและการออกแบบขั้นตอนการปฏิบัติงาน ตลอดจนการใช้เทคนิควิธีการเฝ้าสังเกตพฤติกรรมตอบสนอง และการการเคลื่อนไหวของร่างกายในลักษณะท่าทางต่างๆ เช่น สีหน้า แววตา น้ำเสียง เป็นต้น นอกจากนี้ ทักษะทางด้านปัญญาของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค สามารถใช้การรับฟังเรื่องราวหรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ของผู้อื่นที่ประสบพบเจอมา โดยจะต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริบทแวดล้อมที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ได้แก่ สภาพทางเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม ความก้าวหน้าเทคโนโลยี เพื่อสร้างสรรค์รูปแบบการบริการที่แปลกใหม่ผ่านกระบวนการทางความคิดที่เป็นประโยชน์กับผู้อื่นด้วยความเต็มใจในการช่วยเหลือ

ทักษะทางด้านอารมณ์ (Affective) หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกภายใต้จิตสำนึกส่วนบุคคลของพนักงานโรงแรมประเภทบูติค จะเกิดขึ้นหลังจากกระบวนการคิดวิเคราะห์สิ่งกระตุ้นต่อสภาวะทางอารมณ์ เป็นทักษะความสามารถในการปรับระดับอารมณ์ของตนเองให้อยู่ในสถานการณ์เดียวกันกับผู้อื่น ได้แก่ ความสุข และความทุกข์ ซึ่งมีส่วนช่วยในการเพิ่มความสามารถทางการสื่อสารของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคด้วยวิธีการสนทนา เกี่ยวกับสิ่งที่ผู้อื่นกำลังให้ความสนใจได้อย่างเหมาะสม พร้อมกับการแสดงออกถึงความกระตือรือร้นต่อเรื่องราวต่างๆ ด้วยความตั้งใจ รวมถึงการแสดงกิริยาตอบสนองที่บ่งบอกถึงความเห็นอกเห็นใจด้วยวิธีการที่หลากหลาย เช่น การปรับสีหน้า การเปลี่ยนน้ำเสียง การพยักหน้าเป็นจังหวะ เป็นต้น นอกจากนี้ การใช้ทักษะทางอารมณ์ยังคงเป็นการแสดงออกถึงความเป็นส่วนตัวที่มอบให้แก่ผู้อื่น ซึ่งในบางสถานการณ์จะเลือกใช้บุคคลอื่นที่เป็นตัวแทนสำหรับการโต้ตอบทางอารมณ์ เพื่อหลีกเลี่ยงสภาวะทางอารมณ์ที่นำไปสู่ความขัดแย้ง

ความเอาใจใส่พิเศษ (Special Empathy) หมายถึง แนวทางการพัฒนาความรู้สึกร่วมที่มีต่อผู้รับบริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน โดยพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคจะต้องมีความ

เข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับบริบทแวดล้อมในการบริการอย่างชัดเจน พร้อมทั้งการคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวของผู้รับบริการแบบรายบุคคล สามารถจัดสรรหาวิธีการให้บริการได้อย่างเหมาะสม เช่น การรับฟังความคิดเห็น การแสดงพฤติกรรมโต้ตอบ การใช้ทักษะความรู้ทางวิชาชีพ เป็นต้น ตามที่ได้กล่าวมาความเอาใจใส่พิเศษเป็นคุณลักษณะส่วนบุคคลที่สามารถพัฒนาได้ในทุกช่วงวัยของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค โดยอาศัยคู่มือการพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ ซึ่งมีส่วนช่วยสนับสนุนให้พนักงานบริการทุกฝ่ายหรือแผนกที่สามารถแสดงออกถึงการอุทิศตัว เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการในทุกสถานการณ์ รวมถึงการปรับปรุงบุคลิกภาพทางวิชาชีพให้เกิดการยอมรับจากผู้ควบคุมการปฏิบัติงานและผู้รับบริการมากยิ่งขึ้น สามารถนิยามความเอาใจใส่พิเศษที่เรียกว่า “MIND REACH” ประกอบด้วย (1) ความจำ (Memory) (2) การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) (3) ความต้องการความรู้ (Need Knowledge) (4) การตัดสินใจ (Decision Making) (5) การรับรู้ (Recognition) (6) ความเสมอภาค (Equality) (7) ทักษะคติ (Attitude) (8) การยกย่องให้เกียรติ (Commendation) และ (9) การสร้างความสุข (Happiness) นอกจากนี้ ความหมายของความเอาใจใส่พิเศษ “MIND REACH” ยังหมายถึง การบรรลุด้วยหัวใจ ซึ่งพื้นฐานของพนักงานบริการในโรงแรมประเภทบูติคของไทยให้มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างไปจากโรงแรมประเภทอื่นๆ

ความต้องการความรู้ (Need Knowledge) หมายถึง ความรู้ความเข้าใจของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคที่เกี่ยวข้องกับภาระหน้าที่ตามสายงานของฝ่ายหรือแผนก เช่น งานครัว งานห้องพัก งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น รวมถึงการมีองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมของผู้รับบริการที่มีความหลากหลายตามภูมิภาคต่างๆ เช่น วัฒนธรรม ความเชื่อทางศาสนา รสนิยม เป็นต้น นอกจากนี้ พนักงานบริการจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น ได้แก่ กลุ่มธุรกิจบริการ แหล่งท่องเที่ยว เทศกาลและประเพณี โดยพนักงานบริการจะต้องเดินทางออกแสวงหาความรู้ใหม่ในพื้นที่ เพื่อก่อให้เกิดองค์ความรู้ในงานบริการที่แท้จริง และยังสามารถอำนวยความสะดวกในการให้คำแนะนำแก่ผู้รับบริการที่มีความต้องการกิจกรรมการพักผ่อน ตลอดจนการมีความรู้ความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับการใช้ทักษะภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศอื่นๆ ตามกลุ่มเป้าหมายของโรงแรมแต่ละแห่ง และการเตรียมความพร้อมในการศึกษาวิธีการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการภายในโรงแรม เช่น โปรแกรมค้นหาอัจฉริยะ โปรแกรมแปลภาษา เป็นต้น

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง ความสามารถในการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ ข้อมูลของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค เพื่อค้นหาทางออกของปัญหาที่ผู้รับบริการกำลังพบเจอ จากนั้นจึงแบ่งกลุ่มความคิดออกเป็นส่วนย่อย โดยการนำเอาประสบการณ์ในการปฏิบัติงานครั้งก่อนมาส่วนหนึ่งของการตัดสินใจ สามารถกำหนดวิธีการให้บริการและการแก้ไขปัญหาแก่ผู้รับบริการในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น ผู้รับบริการได้รับอุบัติเหตุ ผู้รับบริการทรัพย์สินสูญหาย เป็นต้น โดยการตัดสินใจที่จะต้องไม่ขัดแย้งต่อนโยบายขององค์กร พร้อมกับการพิจารณาจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาเข้าพักในแต่ละครั้ง เช่น ครอบครัว เพื่อนฝูง คู่รัก คณะทำงาน เพื่อการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมาะสมกับจำนวนผู้เข้าพัก และยังเป็นการฝึกฝนให้เกิดทักษะความคิด

สร้างสรรค์ให้เหมาะสมกับสายอาชีพหรือตำแหน่งงาน สามารถออกแบบการบริการที่แตกต่างเหนือความคาดหมาย โดยการใช้ทรัพยากรภายในองค์กรให้สอดคล้องกับต้นทุนในการดำเนินงาน ตามที่ได้กล่าวมา การใช้ทักษะทางความคิดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริการเป็นกระบวนการในการตัดสินใจที่อาศัยวิธีคิดอย่างเป็นระบบ อาจจะต้องพิจารณาสภาพแวดล้อมขององค์กรและความสัมพันธ์ขององค์ประกอบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องสำหรับการสนับสนุนการตัดสินใจอย่างเป็นเหตุเป็นผล

ความจำ (Memory) หมายถึง การใช้ทักษะการจดจำของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค เพื่อบันทึกรายละเอียดส่วนบุคคลของผู้รับบริการ เช่น ชื่อ-นามสกุล อาชีพ สัญชาติ รูปพรรณสัณฐาน เป็นต้น สามารถบ่งบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์ของผู้รับบริการแต่ละราย รวมถึงการเฝ้าสังเกตหมายเลขห้องพัก จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง และพฤติกรรมมารยาทของระหว่างมารับบริการ โดยผู้รับบริการจะแสดงการเคลื่อนไหวส่วนต่างๆ ของร่างกาย เช่น การยกมือ การแสดงสีหน้า การเรียกหาพนักงาน เป็นต้น ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญสำหรับการรับรู้เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการในแต่ละครั้ง การจดจำต้องอาศัยเทคนิควิธีการเฉพาะบุคคลที่แตกต่างกันไป ได้แก่ (1) การจดจำรายละเอียดของข้อมูลเป็นกลุ่มของชุดข้อมูล และ (2) การจดจำลักษณะด้านกายภาพที่ปรากฏ ตลอดจนการสืบค้นข้อคิดเห็นจากใบแสดงความคิดเห็น ควบคู่กับการศึกษาข้อเสนอแนะจากสื่อสังคมออนไลน์ของโรงแรม และระบบเว็บไซต์สำรองบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อจดจำสิ่งที่เกิดขึ้นและดำเนินการจัดเตรียมการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการในแต่ละครั้ง สามารถกล่าวทั่วๆ ไปว่าผู้รับบริการแต่ละบุคคลได้อย่างเหมาะสม พร้อมกับนำเสนอสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ พนักงานบริการจะต้องจดจำข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อการบริการ เพื่อการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องในครั้งถัดไป

ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ความสามารถของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคที่จะต้องแสดงออกถึงแนวความคิดเชิงบวกต่อปรากฏการณ์รอบตัว รวมถึงการตระหนักรู้ในบทบาทหน้าที่ปราศจากความรู้สึกส่วนตัวเข้ามาเป็นเกณฑ์การตัดสินใจผู้รับบริการ มีจุดเริ่มต้นมาจากความศรัทธาต่อองค์กร การเชื่อมั่นในขอบเขตหน้าที่ของตนเองที่ได้รับมอบหมาย การดูแลรักษาทรัพยากรและต้นทุนการดำเนินงานภายในโรงแรมให้เปรียบเสมือนสินทรัพย์ภายในบ้านของตนเอง รวมถึงการไม่ฉวยโอกาสหรือการเอาเปรียบองค์กรเมื่อมีโอกาส พร้อมกับภารกิจบริการในการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย สามารถปฏิบัติงานในแผนกหรือฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้ ตลอดจนการปฏิบัติงานล่วงเวลาด้วยความเต็มใจ พร้อมกับการมีความกระตือรือร้นที่จะแสวงหาความรู้เกี่ยวกับสายอาชีพและการพัฒนาตนเองเพื่อความก้าวหน้า นอกจากนี้ พนักงานบริการจะต้องแสดงออกถึงความซื่อสัตย์ในการประกอบอาชีพ มีหลักในการปฏิบัติหน้าที่โดยยึดหลักจริยธรรม เช่น การส่งคืนสิ่งของผู้รับบริการ การไม่นินทาผู้รับบริการทั้งต่อหน้าและลับหลัง เป็นต้น ซึ่งความสำคัญของการแสดงทัศนคติของพนักงานบริการต้องอาศัยระยะเวลาในการปลูกฝังตั้งแต่เริ่มต้นการปฏิบัติงานในวันแรก โดยพนักงานบริการจะต้องเกิดความสุขในตนเองก่อนที่จะส่งต่อไปยังผู้รับบริการ สำหรับการสร้างทัศนคติที่ดีจะต้องเริ่มต้นจากผู้ประกอบการที่จะต้องปฏิบัติงานเป็นแนวทางที่ดีแก่สมาชิกภายในองค์กร อย่างไรก็ตามทัศนคติของพนักงานบริการจะต้องคำนึงถึง

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายในทำเลที่ตั้งของกิจการ ได้แก่ ดิน น้ำ และอากาศ ร่วมกับการสร้างจิตสำนึกที่จะช่วยเหลือเกื้อกูลชุมชนและสังคม

การรับรู้ (Recognition) หมายถึง การปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคที่จะต้องแสดงออกถึงการรับรู้ความหมายด้วยวิธีการรับฟังและการสอบถามจากข้อสงสัยจากผู้รับบริการ โดยกำหนดเป้าหมายการรับรู้ในแต่ละปรากฏการณ์ จะต้องมีความมุ่งหมายที่ชัดเจนทุกครั้งเพื่อเป็นประโยชน์แก่องค์กรในการติดต่อสื่อสาร รวมถึงการคำนึงถึงมารยาทที่แสดงออกถึงความเหมาะสมแก่การรับรู้ ทั้งในส่วนของปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบริการภายในโรงแรม เช่น รสชาติของอาหาร ขนาดของห้องพัก เสียงรบกวน เป็นต้น รวมถึงปัญหาที่ไม่เกี่ยวข้องกับการบริการซึ่งอาจเป็นเรื่องส่วนบุคคล ทั้งนี้ พนักงานบริการจะต้องมีภาระหน้าที่รับฟังข้อมูลเหล่านั้น และระมัดระวังการแสดงความคิดเห็น เช่น รูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวัน โรคประจำตัว การวางแผนการเดินทาง เป็นต้น นอกจากนี้ การรับรู้คำชื่นชมเกี่ยวกับบริการภายในโรงแรม เพื่อนำเอาข้อคิดเห็นกลับไปส่งเสริมพัฒนาคุณภาพบริการให้เกิดความสม่ำเสมอ ในกรณีที่พนักงานบริการมีข้อสงสัยเกี่ยวกับผู้รับบริการจะใช้วิธีการสอบถามเพิ่มเติมในช่วงระยะเวลาที่เหมาะสม เช่น จำนวนผู้เข้าพัก ระยะเวลาการเข้าพัก อาหารที่แพ้ เป็นต้น ในบางครั้งพนักงานบริการจะต้องใช้วิธีการจดบันทึกเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการช่วยจัดจํารายละเอียดให้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนมากที่สุด

การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) หมายถึง การใช้ความสามารถพื้นฐานทางอารมณ์ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค เพื่อควบคุมการปฏิกริยาของตนเองต่อผู้รับบริการที่ไม่พึงพอใจ ในกระบวนการให้บริการ เริ่มต้นจากการอธิบายข้อจำกัดของการบริการที่เป็นปัญหาให้แก่ผู้รับบริการได้ทราบล่วงหน้า ในระหว่างการเผชิญกับผู้รับบริการจะต้องไม่ชักสีหน้า ร่วมกับการเลือกใช้น้ำเสียงที่สุภาพอ่อนโยน โดยพนักงานบริการจะต้องใช้อารมณ์หรือความรู้สึกร่วมกับปัญหาของผู้รับบริการแต่ละราย ซึ่งพนักงานบริการจะต้องหมั่นฝึกฝนการควบคุมอารมณ์เป็นประจำสม่ำเสมอ พร้อมกับวิธีการประสานไปยังสมาชิกภายในแผนกหรือผู้บังคับบัญชาให้เข้ามาช่วยเหลือในการเจรจาต่อรอง เมื่อพนักงานบริการไม่สามารถควบคุมสถานการณ์ได้ก่อนเกิดการทะเลาะวิวาทและการรายงานความคับข้องใจแก่ผู้รับบริการเกี่ยวกับการดำเนินการ เมื่อปัญหาเหล่านั้นได้รับการแก้ไขหรือมีผู้บังคับบัญชารับทราบแล้ว ในกรณีที่ผู้รับบริการยังคงแสดงออกถึงความไม่พึงพอใจ กระบวนการที่ได้รับการแก้ไขปัญหา ซึ่งพนักงานบริการจำเป็นจะต้องจัดเตรียมการบริการพิเศษเพิ่มเติม เพื่อเป็นส่วนช่วยในการลดระดับอารมณ์ของผู้รับบริการ

ความเสมอภาค (Equality) หมายถึง การสื่อสารด้วยอารมณ์ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคที่แสดงออกถึงความยุติธรรมแก่ผู้รับบริการในระดับที่เท่าเทียมกัน ควบคุมการรักษาผลประโยชน์ของผู้รับบริการที่จะได้รับอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกระบวนการให้บริการที่มีความเสมอภาคต้องอาศัยการวางแผนที่มีการจัดลำดับตามระยะเวลา ก่อน - หลัง โดยจะต้องไม่มีการปรับเปลี่ยนลำดับการบริการโดยเด็ดขาดไม่ว่าผู้รับบริการจะเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายหลักหรือไม่ก็ตาม อีกทั้งจะต้องคำนึงข้อจำกัดทางเชื้อชาติของผู้รับบริการ รวมถึงการให้สิทธิแก่ผู้รับบริการตามความสะดวกหรือยกเลิก เมื่อผู้รับบริการไม่มารับบริการตามช่วงระยะเวลาที่กำหนด ในกรณีที่การบริการไม่มีความสมบูรณ์และขัดแย้งกับเงื่อนไขที่ได้แจ้งเอาไว้ล่วงหน้า หรือการบริการจำเป็นต้องยกเลิกกะทันหัน พนักงานบริการจะต้องชดเชยการบริการตามมูลค่าเงินสดตามจำนวนจริง ตามที่ได้กล่าว

มาจะเห็นได้ว่า การสร้างความเสมอภาคของพนักงานบริการจะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจแก่ผู้รับบริการในครั้งต่อไป โดยหน้าที่ของพนักงานบริการจะต้องคำนึงถึงปริมาณของสินค้าและบริการที่เพียงพอต่อจำนวนของผู้รับบริการแต่ละรายในอัตราส่วนที่เท่าเทียมกัน

การยกย่องให้เกียรติ (Commendation) หมายถึง ความสามารถของพนักงานบริการ โรงแรมประเภทบูติคที่แสดงออกให้ผู้รับบริการรู้สึกถึงการเป็นบุคคลความสำคัญของโรงแรม การเปิดโอกาสให้อยู่ตามลำพัง การคำนึงถึงสิทธิส่วนบุคคลที่อยู่บนพื้นฐานทางกฎหมาย หลีกเลี่ยงกิจกรรมการถูกคุกคามจากผู้อื่นที่จะนำไปสู่การสร้างความเดือดร้อน การทำให้เสียชื่อเสียงและการแสวงหาผลประโยชน์จากผู้รับบริการ ซึ่งจะต้องใช้รูปแบบการสื่อสารด้วยระดับอารมณ์ที่เหมาะสมกับกาลเทศะตามมารยาททางสังคม โดยการยกมือไหว้สวัสดีทักทายในฐานะพนักงานบริการสัญชาติไทยจากบริเวณจุดเริ่มต้นที่พบเจอผู้รับบริการครั้งแรก โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยวิธีการสัมผัสร่างกายของผู้รับบริการทุกเชื้อชาติ คำนึงการรักษาระยะห่างระหว่างการปฏิบัติหน้าที่ของผู้รับบริการกับพนักงานบริการ อีกทั้งพนักงานบริการจะต้องไม่แสดงออกถึงท่าทีความสนิทสนมกับผู้รับบริการจนเกินไป เช่น การพูดคุยหยอกล้อกับผู้รับบริการ รวมถึงการระมัดระวังการใช้ระดับภาษาการสื่อสารให้เหมาะสมในทุกกรณี รวมถึงการไม่เข้าไปในห้องพักและการไม่เคลื่อนย้ายสัมภาระ หรือการสัมผัสสิ่งของเครื่องใช้ของผู้รับบริการก่อนได้รับอนุญาต ในขณะที่เดียวกันพนักงานบริการจะต้องมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ไม่อนุญาตให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้รับบริการเข้าไปรบกวนในบริเวณห้องพักหรือระหว่างการพักผ่อน

การสร้างความสุข (Happiness) หมายถึง การใช้ทักษะทางอารมณ์ของพนักงานบริการ โรงแรมประเภทบูติค เพื่อส่งผ่านความรู้สึกประทับใจควบคู่กับการปฏิบัติงานไปยังผู้รับบริการด้วยความกระตือรือร้น ร่วมกับการใช้ทรัพยากรทั้งภายในโรงแรมให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยเริ่มจากการส่งมอบการบริการต้อนรับพิเศษตั้งแต่วันแรกที่พบเจอผู้รับบริการ พร้อมกับการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมแก่ผู้รับบริการ เช่น บริการจักรยาน บริการรถมินิบัสรับ-ส่ง บริการอุปกรณ์กีฬา และนันทนาการ การให้บริการรถเข็นสำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุ เป็นต้น รวมถึงการดูแลวินิพิเศษหรือวันสำคัญของผู้รับบริการแต่ละรายด้วยสิ่งตอบแทนหลากหลายรูปแบบ เช่น วันคล้ายวันเกิดจะได้รับมอบขนมเค้ก วันครบรอบแต่งงานจะได้รับช่อดอกไม้หรือของที่ระลึก เป็นต้น รวมถึงการเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น สนับสนุนให้ผู้รับบริการได้มีส่วนร่วมกับประเพณีและงานเทศกาลต่างๆ อย่างไรก็ตาม การสำรวจปริมาณความสุขที่สะท้อนผ่านมุมมองของผู้รับบริการซึ่งสามารถใช้เป็นเครื่องพิสูจน์ความสำเร็จในการออกแบบกระบวนการให้บริการและศักยภาพของพนักงานบริการแต่ละบุคคล รวมถึงการนำเสนอเครื่องแต่งกายของพนักงานบริการให้มีความสวยงามและเป็นระเบียบเรียบร้อย ตลอดจนการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานบริการให้แสดงออกถึงความเป็นมืออาชีพ

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Management) หมายถึง กระบวนการบริหารทรัพยากรภายในองค์กรตามนโยบายที่ผู้บริหารได้กำหนดเอาไว้ เนื่องจากพนักงานบริการ โรงแรมประเภทบูติคจะต้องมีปฏิสัมพันธ์และเป็นตัวแทนขององค์กร ซึ่งการจัดการทรัพยากรมนุษย์มีวัตถุประสงค์เพื่อการกำหนดคุณลักษณะของพนักงานบริการให้มีความชัดเจน ร่วมกับการกำหนดวิธีการเกณฑ์การคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสม ตลอดจนการพัฒนาทักษะความรู้

ความสามารถของบุคลากรให้ดียิ่งขึ้น พร้อมกับการกำหนดวิธีการดูแลรักษาบุคลากรด้วยสวัสดิการ สร้างความเสมอภาคในที่ทำงาน พิจารณาถึงความสอดคล้องกับหลักกฎหมายแรงงานของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม การจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ขององค์กรที่สามารถสร้างมูลค่าให้สูงขึ้น เป็นการลงทุนด้วยการสร้างองค์ความรู้แก่ทรัพยากรมนุษย์ซึ่งต้องอาศัยระยะเวลา สิ่งสำคัญอยู่ที่การเลือกรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรให้เกิดความเหมาะสม เช่น การหมุนเวียนเปลี่ยนงาน การแสดงบทบาทสมมุติ การประชุมระดมสมอง เป็นต้น

มาตรฐาน (Standard) หมายถึง องค์กรประกอบแบบรายด้านที่ใช้สำหรับการกำหนดกรอบมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค ซึ่งเป็นข้อตกลงร่วมกันระหว่างผู้ควบคุมการปฏิบัติงานกับพนักงานบริการทั่วไปในทุกฝ่ายของโรงแรมประเภทบูติค โดยมีเงื่อนไขการปฏิบัติงานหลากหลายองค์ประกอบ ได้แก่ ระยะเวลา งบประมาณ ค่าใช้จ่าย จำนวนบุคลากร พฤติกรรมของบุคลากร การแบ่งประเภทงาน และการกำหนดปริมาณงาน สามารถประเมินผลสัมฤทธิ์จากการปฏิบัติงานได้ รวมถึงการสร้างแรงจูงใจต่อการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานบริการ สำหรับวิธีการปฏิบัติงานจำเป็นต้องอาศัยสติปัญญาเปรียบเทียบกับทักษะของบุคลากรแต่ละคน ให้เห็นถึงความแตกต่างของผลการปฏิบัติงาน กระบวนการสร้างมาตรฐานจำเป็นต้องอธิบายรายละเอียดของภาระงานให้ชัดเจน จากการนำเอามาตรฐานเข้าไปประชุมเพื่อปรึกษากับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ที่มีต่อมาตรฐานตามองค์ประกอบแต่ละด้าน พร้อมกับการนำไปเผยแพร่เพื่อสร้างความเข้าใจ และการเฝ้าติดตามผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค เพื่อนำข้อคิดเห็นต่างๆ กลับมาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้ง

คู่มือ (Manual Book) หมายถึง มาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค ซึ่งอยู่ในรูปแบบของเอกสารที่สร้างขึ้น เพื่อมีวัตถุประสงค์สำหรับเผยแพร่ให้ความรู้แก่บุคลากรภายในโรงแรมประเภทบูติค สามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับการอธิบายวิธีการปฏิบัติงานอย่างเป็นลำดับขั้นตอน ในขณะที่ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานสามารถใช้คู่มือตรวจสอบการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานบริการตามฝ่ายหรือแผนกได้อย่างถูกต้อง ช่วยลดข้อผิดพลาดระหว่างการปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งรายละเอียดภายในคู่มือต้องระบุองค์ประกอบวัตถุประสงค์ วิธีการดำเนินงาน รูปแบบกิจกรรม และการประเมินผล พร้อมอธิบายคำจำกัดความในแต่ละด้าน ทั้งนี้ คุณสมบัติที่ดีของคู่มือจะต้องสามารถปรับเปลี่ยนแก้ไขให้สอดคล้องกับนโยบายขององค์กร รวมถึงการใช้รูปภาพหรือสัญลักษณ์ประกอบ ตลอดจนการใช้เครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยสำหรับการเรียนรู้ เข้ามาใช้ในการสนับสนุนการปฏิบัติงานของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคต่อไปในอนาคต

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาเรื่อง การพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. อุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว
2. โรงแรมประเภทบูติค
3. การบริการที่เป็นเลิศ
4. คุณภาพบริการ
5. ความเอาใจใส่
6. ทักษะทางด้านปัญญา
7. ทักษะทางด้านอารมณ์
8. การจัดการทรัพยากรมนุษย์
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. อุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว

ความสำเร็จทางด้านเศรษฐกิจในหลายประเทศทั่วโลก ส่วนหนึ่งมาจากอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว ภาครัฐบาลของแต่ละประเทศจะต้องพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันเพื่อเป็นแนวทางสำคัญในการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดจากกลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ สำหรับประเทศในกลุ่มทวีปเอเชียรวมทั้งกลุ่มอาเซียน มีความได้เปรียบทางด้านทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมภายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งใช้เป็นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย พร้อมกับการพัฒนาทักษะความรู้ทางวิชาชีพแก่บุคลากรในสายงานบริการ นำไปสู่แนวทางการยกระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยวของประเทศได้อย่างยั่งยืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558: 4)

1.1 ความหมายของอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว

โดยทั่วไปคำจำกัดความของอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว ได้ถูกกำหนดนิยามเอาไว้มากมาย ได้แก่ ศรีอยุธยา วรากุลวิทย์ (2558: 5-6) เริ่มต้นความหมายจากคำว่าอุตสาหกรรม คือ กระบวนการจัดการวางแผนในการดำเนินงาน การจัดการโครงสร้างองค์กร การมอบหมายหน้าที่ในการปฏิบัติงาน การประเมินผล และการปรับปรุงพัฒนา สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิตเป็นการดำเนินการบริหารจัดการทรัพยากร รวมถึงสินทรัพย์ภายในองค์กร เพื่อผลลัพธ์ให้เป็นที่สัมผัสจับต้องได้ เช่น การผลิตเครื่องรถยนต์ การผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า การผลิตอุปกรณ์สำนักงาน เป็นต้น และอุตสาหกรรมการบริการเป็นขั้นตอนการปฏิบัติงานที่กระทำเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้อื่น เช่น การบริการท่องเที่ยวและการขนส่ง

จากความหมายที่ปรากฏของคำว่า อุตสาหกรรมการบริการ จะมีส่วนเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวตามเงื่อนไขของ องค์การสหประชาชาติขององค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO: World Tourism Organization) ในปี 1963 ประการที่ 1 การเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว ประการที่ 2 การเดินทางจะต้องเกิดจากความสะดวกใจ ไม่ได้ถูกบังคับ และประการที่ 3 การเดินทางต้องไม่ใช่การ ประกอบอาชีพ แต่ในบางตำราวิชาการจะบัญญัติคำว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) เป็นความหมายเดียวกับ อุตสาหกรรมการบริการ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบไปด้วย ธุรกิจหลายประเภท ซึ่งเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรง ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจภัตตาคาร และธุรกิจ นำเที่ยว รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม ได้แก่ การผลิตสินค้าเกษตรกรรม สินค้าอุตสาหกรรมและ ทัศนกรรมต่างๆ เป็นต้น โดยอาศัยวัตถุดิบในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ ความสวยงามทาง ธรรมชาติ และความน่าหลงใหลของขนบธรรมเนียมประเพณี ซากโบราณวัตถุ โบราณสถาน รวมถึง วิถีดำเนินชีวิตของชุมชน ภาษา เครื่องแต่งกาย (ปัญจวรรณ อ่อนหวาน, 2559) จากนิยามความหมาย ข้างต้นสอดคล้องกับ พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2522 มาตรา 4 ได้ให้ ความหมายไว้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง อุตสาหกรรมที่จัดให้มีบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร โดยมีค่าตอบแทนและมีความมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้ มีการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจภัตตาคาร ธุรกิจขายของที่ระลึก ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว และ ธุรกิจการดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่หรือการดำเนินงานอื่นใด เช่นเดียวกับการกำหนดนิยามของ แมคอินทอช และ คณะ (McIntosh et al., 1984: 132-135) อธิบายว่า การท่องเที่ยว (Tourism) คือ การรวบรวม ปรากฏการณ์ในพื้นที่ต่างๆ ซึ่งจะต้องเชื่อมโยงกลุ่มธุรกิจบริการที่สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน ในขณะที่ อิทธิกร คำไล่ และคณะ (2558: 26) ได้อธิบายความหมายของ การ ท่องเที่ยว คือ กิจกรรมการเดินทางของมนุษย์จากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่ง ซึ่งอาจหมายถึงการเดินทางจากภูมิลำเนาบ้านเกิดไปสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ โดยมีเงื่อนไขที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพหรือแสวงหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อนในสถานที่ต่างๆ การเดินทางเพื่อไปเข้าร่วมประชุมสัมมนา การเดินทาง เพื่อเยี่ยมญาติ หรือเพื่อนฝูง และการเดินทางเพื่อการศึกษา

1.2 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยวจะเกิดการสร้างมูลค่าแก่ประเทศชาติได้ นั้น จำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบสนับสนุนหลายประการ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แนวคิดทฤษฎีองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดัง ตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

Collier and Harraway (1997)	ฉันทิช วรรณถนอม (2552)	รุ่งนภา ด้วงทอง (2557)
(1) สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)	(1) นักท่องเที่ยว	(1) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว (Tourism Resources)
(2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	(2) สิ่งดึงดูดใจในแหล่ง ท่องเที่ยว	(2) การบริการทางการท่องเที่ยว (Tourism Service)
(3) การเข้าถึงสถานที่ ท่องเที่ยว (Accessibilities)	(3) โครงสร้างพื้นฐานและการ บริการ	(3) การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing)
	(4) องค์กรภาครัฐบาล	
	(5) องค์กรภาคเอกชน	
	(6) ประชาชนท้องถิ่น	

ที่มา: จากการสังเคราะห์ข้อมูลในการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย อ้างอิงจาก Collier and Harraway (1997); ฉันทิช วรรณถนอม (2552: 45-46); รุ่งนภา ด้วงทอง (2557: 10-11)

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันออกไปตามแนวคิดของนักวิชา สิ่งสำคัญขึ้นอยู่กับพื้นฐานของทรัพยากรที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา ป่าไม้ ทะเลสาบ ชายหาด เป็นต้น รวมถึงทรัพยากรที่มนุษย์เป็นคนสร้างขึ้น เช่น ประเพณี วัฒนธรรม ภาษา ศิลปะ ที่พักอาศัย อาหาร เป็นต้น สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการที่สร้างสรรค์กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อการอำนวยความสะดวกสบายและสร้างความสุขในระหว่างการเดินทาง ได้แก่ ธุรกิจจัตนาเที่ยว ธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าของฝากและของที่ระลึก ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจภัตตาคาร ธุรกิจสถานบันเทิง ทั้งนี้ผู้ประกอบการจะต้องทำหน้าที่สำคัญเกี่ยวกับการสร้างกระบวนการทางการตลาดบริการที่มีความร่วมมือ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว พร้อมทั้งการเฝ้าศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มอย่างใกล้ชิด เพื่อสร้างการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด เพื่อขยายระยะเวลาการพำนักให้ยาวนานมากยิ่งขึ้น สิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องตระหนักถึง คือ ความมีจริยธรรมต่อท้องถิ่นที่ตนเองดำรงกิจการ ไม่สร้างมลภาวะที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมกับการสืบสานศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่สืบไป ตามที่ได้กล่าวมาเกี่ยวกับองค์ประกอบของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ที่จะต้องอาศัยกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนสำหรับการสร้างรายได้แก่ผู้ประกอบการและชุมชนท้องถิ่น สิ่งสนับสนุนต้องอาศัยหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องมาเพิ่มขีดความสามารถในการขับเคลื่อนสู่เป้าหมายที่กำหนดของภาคอุตสาหกรรม พร้อมกับการประสานความร่วมมือของแต่ละองค์ประกอบให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น จากภาครัฐบาลที่เป็นหน่วยงานสำคัญในระดับชาติที่คอยดูแลนโยบายเกี่ยวกับกิจกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว การออกกฎระเบียบที่ใช้ควบคุมสภาพทรัพยากรต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว

รวมถึงการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวกับการเดินทาง เช่น ไฟฟ้า ประปา ระบบโทรคมนาคม เป็นต้น อีกทั้งยังมีส่วนสนับสนุนการจัดเตรียมอุปกรณ์และเครื่องมือเพื่อสนับสนุนความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องอาศัยความร่วมมือของประชาชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว คอยทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลต้อนรับและให้ข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังต้องอาศัยความร่วมมือของประชาชนท้องถิ่นจำนวนมาก เพื่อเป็นทรัพยากรมนุษย์หรือแรงงานสำหรับสนับสนุนธุรกิจบริการในแหล่งท่องเที่ยว

1.3 ประวัติความเป็นมาของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

วิวัฒนาการของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวของโลก มีความเกี่ยวข้องกับสภาพเศรษฐกิจที่แสดงความเจริญรุ่งเรืองในเขตแดนต่างๆ รวมถึงคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของประชากร (สมหมาย ชินนาค, 2541) สามารถแบ่งลำดับเรื่องราวจากอดีตจนถึงปัจจุบัน เริ่มต้นจากยุคก่อนประวัติศาสตร์ เป็นช่วงระยะเวลาที่มนุษย์ออกเดินทางเร่ร่อน เพื่อแสวงหาอาหารและถิ่นที่อยู่อาศัยสำหรับดำรงชีพ และปรับเปลี่ยนทำเลที่ตั้งไปเรื่อยๆ ตามผลกระทบจากปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ หรือการหลบหนีศัตรูผู้รุกราน ในบางอาณาจักรริเริ่มสร้างอารยธรรมที่เป็นต้นกำเนิด เช่น ศาสนา ภาษา ศิลปะ และวัฒนธรรม ความเจริญรุ่งเรืองด้านเศรษฐกิจในยุคกรีก - โรมัน เป็นช่วงระยะเวลาที่มนุษย์รวมกลุ่มกัน โดยแบ่งอาณาเขตในถิ่นพำนักให้เกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เริ่มออกเดินทางเพื่อทำสงครามล่าอาณานิคมกับอาณาจักรหรือแขวนต่างๆ ในทางการเมือง จะพบว่า การออกเดินทางยังมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางการทูต ที่ส่งผลสืบเนื่องต่อการเจรจาค้าขายสินค้า และการเดินทางเพื่อเผยแพร่ปรัชญาศาสนา พร้อมกับการเข้าร่วมพิธีกรรมการบูชาเทพเจ้า นอกจากนี้ การเดินทางเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินกับกิจกรรมหรือประเพณีที่จัดขึ้นในท้องถิ่น รวมถึงการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ในการบำบัดรักษาโรคสอดคล้องกับแนวคิดของ อริสตรา เษายนท์ (2558) ที่เป็นยุคถือกำเนิดของที่พักแรมประเภทรีสอร์ตของชาวโรมันที่อยู่ใกล้กับบ่อน้ำแร่ธรรมชาติ ต่อมาในยุคกลาง หรือในช่วงศตวรรษที่ 5 - 15 เป็นช่วงระยะเวลาที่คริสต์ศาสนาเจริญรุ่งเรืองในยุโรป มนุษย์ต่างเดินทางเพื่อจาริกแสวงบุญในดินแดนศักดิ์สิทธิ์ของอาณาจักรต่างๆ เช่น โรม เยลูลาเลม และเมกกะ ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ศาสนาอิสลามได้ถือกำเนิดขึ้น ลักษณะการเดินทางจะเป็นกลุ่มคณะ โดยจะเลือกที่พักแรมประเภทห้องพักรวมที่นอนรวมกันได้หลายคน หรือที่เรียกว่า โฮสเทล (Hostel) อีกทั้งยังมีมนุษย์บางกลุ่มที่นิยมออกเดินทางค้นหาดินแดนแห่งใหม่ข้ามทวีปที่ยังไม่เคยถูกค้นพบมาก่อน

ภายหลังจากความสับสนวุ่นวายสิ้นสุดลงในยุคฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม หรือในช่วงศตวรรษที่ 16 - 17 เป็นช่วงระยะเวลาที่มนุษย์ก้าวพ้นจากการครอบงำทางศาสนา แสวงหาความรู้ทางอารยธรรมในยุคสมัยกรีก-โรมัน ในมหาวิทยาลัยได้นำกิจกรรมการท่องเที่ยวเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหาความรู้ความจริง การเดินทางท่องเที่ยวเข้าสู่การเปิดประสบการณ์มุมมองที่ชัดเจนในยุคศตวรรษที่ 18 เป็นช่วงระยะเวลาที่มนุษย์เริ่มใช้มาเข้ามาเป็นยานพาหนะในการเดินทาง มีการปรับปรุงถนนเพื่อการสัญจรเพิ่มขึ้นตามภูมิภาคต่างๆ พร้อมกับการเข้าพักค้างคืนของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวของคนชั้นสูงในทวีปยุโรป และการเดินทางเข้าสู่อารยธรรมของอาณาจักรที่เคยรุ่งเรืองในอดีต ในยุคนี้ได้ถือกำเนิดธุรกิจสีเทา เช่น ธุรกิจขายบริการทางเพศ และคาสีโน นอกจากนี้ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2558) อธิบายว่าดังกล่าวเป็นยุคกำเนิดนักท่องเที่ยวธุรกิจ

กลุ่มไมซ์ (MICE Business) ประมาณในปี 1814 – 1815 มีการประชุมคองเกรส ณ กรุงเวียนนา ซึ่งเป็นการจัดประชุมนานาชาติครั้งแรกของโลก ต่อมาในช่วงปลายศตวรรษประมาณปี 1896 ในประเทศสหรัฐอเมริกาได้ศูนย์จัดประชุมอย่างเป็นทางการ ณ เมืองคลีฟแลนด์ อย่างไรก็ตาม ยุคศตวรรษที่ 19 หรือยุคหลังปฏิวัติอุตสาหกรรม เป็นช่วงระยะเวลาที่มนุษย์ได้ต่อยอดความคิด สำหรับการพัฒนายานพาหนะประเภทต่างๆ ที่สามารถรองรับจำนวนของนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น มีความรวดเร็วและสะดวกสบายในการเดินทาง รวมถึงสร้างเส้นทางสัญจรรูปแบบใหม่ที่มีทางเลือก หลากหลาย ได้แก่ รถไฟ เรือสำราญ และเครื่องบินโดยสาร สำหรับยุคศตวรรษที่ 20 เป็นช่วง ระยะเวลาที่มนุษย์ได้รับเสรีภาพทางด้านแรงงาน นำไปสู่อิสระทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ กิจกรรมการท่องเที่ยวจึงไม่ได้จำกัดอยู่ในแวดวงของชนชั้นสูงอีกต่อไป รวมถึงการส่งเสริมสมรรถนะ ของเครื่องบินโดยสารให้มีความรวดเร็วและปลอดภัยมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง สำหรับกิจกรรมความ บันเทิงและดนตรีถูกนำไปใช้เป็นที่ดึงดูดใจภายในธุรกิจภัตตาคาร ตลอดจนเกิดกระแสความนิยม ที่พักแรมบริเวณชายหาด หรือมีทำเลที่ตั้งใกล้กับทะเล

ถึงแม้ว่าการแบ่งลำดับยุคสมัยจะสะท้อนให้เห็นความเป็นพลวัตของ ภาควิทยาศาสตร์ที่สร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง แต่สำหรับ มุมมองของ กาญจนา แก้วเทพ (2557: 47 - 51) นำเสนอวิวัฒนาการการท่องเที่ยวในเชิงวิชาการที่อธิบายองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวประกอบด้วย ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ และพฤติกรรมศาสตร์ สามารถแบ่งลำดับของยุค สมัยออกเป็น 4 ช่วง ได้แก่ เริ่มต้นจากยุคแรก (Advocacy Platform) ในปี 1960 เป็นยุคที่กิจกรรม การท่องเที่ยวเริ่มได้รับความนิยม มีความสำคัญทางเศรษฐกิจกับประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทาง ภาครัฐบาลของหลายประเทศได้ส่งเสริมประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยว ในยุคที่สอง (Cautionary Platform) ในปี 1970 เป็นยุคที่ประชากรทั่วโลกเพิ่มจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกิจกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวแพร่กระจายไปสถานที่ต่างๆ อย่างรวดเร็วด้วยเช่นกัน ทริพยากรทางธรรมชาติถูกผู้มาเยือนใช้ไปอย่างสิ้นเปลือง เกิดปัญหาขยะมูลฝอยและมลพิษภายใน แหล่งท่องเที่ยว ต่อมายุคที่สาม (Adpfancy Platform) ในปี 1980 เป็นยุคที่เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์ ผลลัพธ์ที่เกิดกับภาควิทยาศาสตร์บริการและท่องเที่ยว ที่ส่งผลกระทบต่อทริพยากรทาง ธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมภายในพื้นที่ต่างๆ ที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว จึงเกิด การเรียกร้องการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่เป็นมุ่งเน้นกิจกรรมการอนุรักษ์ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิง นิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สำหรับยุคที่สี่ (Knowledge Based Platform) ในปี 1990 จนถึงปัจจุบัน เป็นยุคของการศึกษาอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง โดยใช้ งานวิจัยเป็นเครื่องมือสำคัญเพื่อศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชุมชนท้องถิ่น ภายใต้กระบวนการ ทางเลือกของชุมชนในฐานะเจ้าบ้าน ที่เปิดพื้นที่ให้ผู้อื่นเข้ามาเทียบบ้านเกิดของพวกเขา รวมถึงการ นำเสนอมุมมองของประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ เป็นยุคของกิจกรรมการ ท่องเที่ยวต้องอาศัยการบูรณาการหลากหลายศาสตร์ นำไปสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วม ร่วมกับชุมชนท้องถิ่น

1.4 ปัจจัยที่สนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว

ทิศทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติทุกภูมิภาค ที่เดินทางเข้ามา ประเทศไทยเติบโตขึ้นไตรมาสที่ 3 ของปี 2559 อยู่ในระดับที่น่าพึงพอใจ สร้างมูลค่า 8.2 แสน

ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 16 จากครั้งปีแรก หากพิจารณานักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ กลุ่มเอเชียตะวันออกจำนวน 11.28 ล้านคน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 14 รองลงมา คือ กลุ่มยุโรปจำนวน 3.06 ล้านคน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 9 และกลุ่มอเมริกาจำนวน 6.8 แสนคน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 15 ตามลำดับ โดยมีปัจจัยสนับสนุนการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้ง 3 ประการ ได้แก่ (1) อัตราค่าบริการของสายการบินถูกลง อันเนื่องมาจากราคาน้ำมันในตลาดโลกที่ปรับลดลงอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับสภาวะการแข่งขันของสายการบินต่างๆ ที่ใช้รูปแบบการปรับลดราคา (2) ค่าเงินเยนที่แข็งตัวขึ้น ส่งผลดีให้กับประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกและอาเซียน และ (3) การจัดกิจกรรมการตลาดพิเศษและนิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เช่น Amazing Thailand Grand Sale ในช่วงเดือนมิถุนายน – สิงหาคม 2559 และ Women' Journey ในทางกลับกันปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว 2 ประการ ได้แก่ การก่อการร้ายการวางระเบิดในพื้นที่ภาคใต้ของไทยทั้ง 5 จังหวัด แสดงถึงภาพลักษณ์ความไม่ปลอดภัยและความไม่มั่นคงของชาติ และค่าเงินปอนด์และยูโรที่อ่อนตัวลง อาจเป็นผลกระทบทางอ้อมในการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม ที่ไม่สามารถจ่ายค่าบริการในอัตราที่สูงได้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559: 7-9)

ถึงแม้ว่าในช่วงเทศกาลสงกรานต์ปีเก่าต้อนรับปีใหม่ระหว่างวันที่ 31 ธันวาคม 2559 ถึง 3 มกราคม 2560 เป็นวันหยุดต่อเนื่องจำนวน 4 วัน สามารถคาดคะเนได้ว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในไทยประมาณ 375,500 คน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 5 และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ที่ประมาณ 5,550 ล้านบาท เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 12 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2558 ที่ผ่านมาแล้ว ประกอบด้วย 2 ปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ ด้านธุรกิจการบินที่มีบริการเที่ยวบินพิเศษเช่าเหมาลำเข้าสู่ประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 65 เที่ยวบิน มีจำนวนที่นั่งประมาณ 16,389 ที่นั่ง มีการสำรองที่นั่งล่วงหน้าจากกลุ่มประเทศยุโรป อเมริกา โอเชียเนีย และด้านธุรกิจโรงแรมมีการสำรองห้องพักในภาคเหนือและภาคใต้เกือบร้อยละ 100 สำหรับกรุงเทพมหานคร มีแนวโน้มการเข้าพักสัปดาห์เนื่องอยู่ร้อยละ 80 โดยมีศูนย์การค้าชั้นนำมากมายให้การสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการลดราคาสินค้าสำหรับชาวไทยและชาวต่างชาติ อาจมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการวันละ 80,000-100,000 คน (ประชาชาติธุรกิจ, 2559) ในขณะที่ เกิดชาย ช่วยบำรุง (2557: 55-56) อธิบายเกี่ยวกับมิติคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยว (Service Quality) ซึ่งเป็นกระบวนการวิเคราะห์ที่เป็นลำดับขั้นตอน สามารถเชื่อมโยงกับปัญหาเกิดขึ้นกับแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ควบคู่กับจำนวนของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี สำหรับผลกระทบที่สืบเนื่องเกี่ยวข้องโดยตรงกับนักท่องเที่ยวที่ไร้คุณภาพ ในขณะเดียวกันการเตรียมความพร้อมด้วยวิธีการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวจะต้องมีความยั่งยืน อีกทั้งปัญหาความเป็นเอกภาพทางด้านการบริหารจัดการของภาครัฐบาลและเอกชน ตลอดจนการพัฒนาทุนมนุษย์ทางการท่องเที่ยวไทยส่งเสริมทักษะด้านภาษาอังกฤษ ปลูกฝังการสร้าง ความเข้าใจข้ามวัฒนธรรมเป้าหมาย การทำความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวในทุกภาคส่วน

ตามที่ได้กล่าวมาปัจจัยที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่ออุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ได้แก่ สภาวะเศรษฐกิจระดับโลกและภูมิภาค การประชาสัมพันธ์และกิจกรรมส่งเสริมการขาย ความมั่นคงทางการเมือง การรักษาคุณภาพบริการ การประสานความร่วมมือระหว่าง

หน่วยงาน สอดคล้องกับแนวคิดของ ศรีญญา วรากุลวิทย์ (2551: 448-450) ความสำคัญของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ต้องอาศัยหลักการวิเคราะห์บริบทและสภาพแวดล้อม เพื่อใช้เป็นแนวทางสำคัญสำหรับการเตรียมความพร้อมทางการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละภูมิภาค ประกอบด้วย ปัจจัยทางสังคม (Social) ซึ่งเป็นโครงสร้างที่มีความซับซ้อนทั้งในระดับบุคคลที่แสดงออกถึงความต้องการในการเดินทางรูปแบบต่างๆ และระดับครอบครัวที่จะต้องพิจารณาจากจำนวนสมาชิกทั้งหมดภายในครัวเรือน รวมถึงข้อจำกัดที่ควรระมัดระวังทางด้านสุขภาพจากการทำกิจกรรมต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งการมุ่งหวังด้านจริยธรรมที่เป็นค่านิยมของสังคม ตลอดจนการคำนวณจำนวนวันหยุดพักผ่อนจากอาชีพแต่ละประเภท และช่วงอายุหลังเกษียณจากการประกอบอาชีพ สำหรับปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี (Technology) พร้อมกับแหล่งสารสนเทศของนักท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงได้ง่ายขึ้นทุกสถานที่ สามารถอำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ระหว่างผู้ประกอบการกับนักท่องเที่ยวภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว รวมถึงการใช้เทคโนโลยีเป็นกลไกสำคัญในการควบคุมสิ่งแวดล้อมและพลังงานภายในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ การพัฒนาขีดความสามารถของเทคโนโลยีให้แสดงข้อมูลในรูปแบบแผนที่จำลองสามมิติ ร่วมกับการบูรณาการเทคโนโลยีร่วมกับวิศวกรรมขั้นสูง เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวและเกี่ยวข้องกับการเดินทางในรูปแบบใหม่ที่ให้ประสบการณ์ที่แตกต่างไปจากเดิม เช่น โรงแรมใต้ทะเล และการเดินทางไปท่องเที่ยวอวกาศ สำหรับปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic) เป็นแนวทางการศึกษาเกี่ยวกับสภาพความมั่นคงทางการแข่งขันของประเทศต่างๆ เพื่อนำไปสู่ทิศทางกำหนดอัตราค่าบริการให้เกิดความเหมาะสมทั้งในมุมมองของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบสำหรับปัจจัยด้าน ชีววิทยา (Biology) ประกอบด้วยสภาพอากาศ ปริมาณน้ำ และจำนวนพื้นที่ป่า ซึ่งเป็นสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ รวมถึงพลังงานเชื้อเพลิงทางเลือกถูกค้นพบเพื่อสนับสนุนกิจกรรมของนักท่องเที่ยว และปัจจัยด้านการเมือง (Political) สะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ทางความมั่นคงระดับชาติ เพื่อรักษาความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน ที่ต้องพิจารณาความเสี่ยงจากการก่อการร้ายที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ตลอดจนประชากรในท้องถิ่นที่ทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้านในการต้อนรับผู้มาเยือน

จากการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางจากสถานที่แห่งหนึ่งไปยังจุดหมายปลายทาง โดยจะต้องอาศัยองค์ประกอบสนับสนุนจากกลุ่มธุรกิจบริการหลายประเภท ได้แก่ ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจจันทนาการ ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ธุรกิจบริการขนส่ง และธุรกิจนันทนาการ รวมถึงการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักเดินทาง นอกจากนี้ อุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวจะต้องอาศัยความร่วมมือของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากทางภาครัฐบาล ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น เพื่อสร้างการต้อนรับและอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาเยือน ทั้งนี้จะต้องวิเคราะห์ปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น สังคม เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี ชีววิทยา ตลอดจนการใช้กิจกรรมการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายหลากหลายรูปแบบ ประกอบกับ

นโยบายการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการที่จะต้องยกระดับมาตรฐานการบริการของบุคลากร
ที่จะต้องเพิ่มพูนทักษะความรู้และความสามารถทางการบริการในระดับสากล

2. โรงแรมประเภทบูติก

คาดการณ์ว่าปี 2020 จะเกิดการสร้างที่พักแรมรูปแบบใหม่ในสภาพแวดล้อมทาง
ธรรมชาติที่เงียบสงบเป็นส่วนตัว มีทำเลที่ตั้งแถบเมดิเตอร์เรเนียน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ จีน บราซิล
และอีกหลายประเทศทั่วโลก มีการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือ อุปกรณ์ ตลอดจนการ
บริการด้านสุขภาพและความงามภายในที่พักแรม สำหรับพนักงานบริการจะต้องมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อ
นักท่องเที่ยวหรือผู้รับบริการให้เกิดความรู้สึกเหมือนอยู่อาศัยที่บ้านของตนเอง สร้างความสุขด้วยการ
สนทนา เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน ในมุมมองของผู้รับบริการจะมีความคาดหวังใน
ระดับสูง จะเลือกสรรเส้นทางการท่องเที่ยวที่ใช้ระยะเวลาอันรวดเร็ว สามารถเดินทางเชื่อมต่อกันได้
อย่างสะดวกและมีความปลอดภัย อีกทั้งนักท่องเที่ยวจะควบคุมกิจกรรมต่างๆ ด้วยตนเอง
อิทธิกร คำไล้ และคณะ (2558: 188-189)

2.1 ความหมายและความสำคัญของธุรกิจโรงแรม

โรงแรม (Hotel) หมายถึง สถานที่สำหรับบริการห้องพักแรมแก่ผู้เดินทาง โดยมี
ค่าตอบแทนจากการให้บริการที่เป็นมูลค่า พร้อมกับการบริการด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง
ได้แก่ การบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม การบริการยานพาหนะรับ-ส่ง การบริการด้านความบันเทิง
และนันทนาการ การบริการด้านการจัดประชุมและสัมมนา อีกทั้งโรงแรมจะต้องออกแบบ
สภาพแวดล้อมทางกายภาพให้เกิดความสวยงาม พร้อมจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ
อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย โดยคำนึงถึงความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของผู้รับบริการในทุก
พื้นที่ของโรงแรม (จารุวรรณ กะวิเศษ, 2558: 3) จากนิยามดังกล่าวมีความคล้ายคลึงกับ
กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2557) กำหนดความหมายของคำว่า โรงแรม
หมายถึง สถานที่พักที่ดำเนินการขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ทางธุรกิจสำหรับใช้เป็นที่พักอาศัยชั่วคราว
โดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้ ไม่รวมถึงสถานที่พักภายใต้ความดูแลของราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน
หรือหน่วยงานของรัฐบาล หรือเพื่อการกุศล หรือการศึกษา โดยมีใช้การแสวงหาผลกำไร หรือเป็น
สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้บริการโดยคิดค่าบริการเป็นรายเดือนขึ้นไปเท่านั้น
และจะต้องไม่เป็นสถานที่พักอื่นใดตามกำหนดของกระทรวง

มุมมองที่แตกต่างกันออกไปสำหรับความหมายเชิงวิชาการของ สุพัตรา สร้อยเพชร
(2553: 33) อธิบายว่า โรงแรม เป็นสถานประกอบการที่เปิดให้เข้าพักชั่วคราวมีระยะเวลาไม่เกิน 1
เดือน ในกรณีที่การเข้าพักยาวนานกว่าหนึ่งเดือน จะเป็นลักษณะของสถานบริการด้านที่พักใน
รูปแบบอื่นที่ไม่ใช่โรงแรม เช่น เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ซึ่งลักษณะโรงแรมจะต้องมีเงื่อนไขในการบริการ
ที่จะต้องดำเนินการเก็บค่าบริการห้องพักแก่ผู้เข้าพักทุกราย มีการบริการอาหารและเครื่องดื่มแก่
ผู้เข้าพัก เป็นที่พักแบบชั่วคราวระยะเวลาไม่เกิน 1 เดือน และมีกระบวนการบริหารจัดการที่ซับซ้อน
ใช้งบประมาณมูลค่าสูงสำหรับการลงทุน และต้องการแรงงานบุคลากรในการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้
เข้าพัก อย่างไรก็ตาม ความหมายของโรงแรมที่ได้นำเสนอมายังมีความสอดคล้องกับนิยามของ
จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2555: 46) กล่าวว่า โรงแรม คือ ธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าและบริการ

เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้พักอาศัย โดยมีการเรียกเก็บค่าบริการตามระดับมาตรฐานของโรงแรมนั้นๆ ซึ่งมีการบริการแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ (1) การบริการห้องพัก เป็นการขายห้องพักสำหรับโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในกลุ่มเป้าหมายของผู้เข้าพักชาวต่างชาติ ซึ่งห้องพักเป็นสินค้าหลักในการสร้างรายได้ โดยมีนโยบายที่ใช้ในการกำหนดมาตรฐานที่แตกต่างกันไปตามตราสินค้า (2) การบริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นรายได้รองที่เชื่อมโยงจากสินค้าในกลุ่มของห้องพัก และเป็นแนวทางการบริหารรายได้ของกิจการโดยไม่ให้เกิดการรั่วไหลสู่ภายนอก (3) การบริการอื่นๆ เป็นการแสวงหารายได้ที่เกิดขึ้นภายในโรงแรมด้วยการบริการเสริม เช่น ซักรีด สปา การเช่าพื้นที่ขายสินค้าของฝากของที่ระลึก เป็นต้น และ (4) การบริการขายมาตรฐาน เป็นทักษะการบริหารจัดการที่รวบรวมเอาหลากหลายปัจจัยมาเป็นส่วนประกอบกัน เพื่อมอบให้กับผู้เข้าพักอาศัย เช่น การก่อสร้างอาคาร การตกแต่งสถานที่ให้เกิดความสวยงาม ความรู้ความสามารถในการให้บริการอย่างมืออาชีพของบุคลากร เป็นต้น

2.2 การแบ่งประเภทของธุรกิจโรงแรม

จากการทบทวนทฤษฎีการทบทวนเกี่ยวกับประเภทที่พักจากตำราหนังสือการจัดการโรงแรม พบว่า มีการจำแนกประเภทของธุรกิจโรงแรมทั่วโลกหลากหลายลักษณะ สำหรับอาริสรา เสยานนท์ (2558: 10) ได้จำแนกกลุ่มธุรกิจที่พักแรมในเบื้องต้นจำนวน 8 ประเภท ตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางในแต่ละครั้ง ในขณะที่ จารุวรรณ กะวิเศษ (2558: 41 - 48) เพิ่มจำนวนที่พักรวมทางเลือกรวมถึง 7 ประเภท เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มผู้รับบริการที่มีรสนิยมและความต้องการตามช่วงอายุรวมทั้งสิ้น 15 ประเภท สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงการแบ่งประเภทของธุรกิจโรงแรมจำนวน 15 ประเภท

	รูปแบบ	วัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมาย
1	โรงแรมเพื่อการพักค้างคืนชั่วคราว (Transient Hotels)	สำหรับผู้ที่เดินทางทำธุรกิจภายในระยะเวลาสั้นๆ ซึ่งมีทำเลที่ตั้งใกล้กับสถานที่สำคัญของเมือง สนามบิน และถนนเส้นหลัก
2	โรงแรมเพื่อการพักผ่อน (Resort Hotels)	สำหรับผู้ที่เดินทางมาพักผ่อนในวันหยุดกับสมาชิกในครอบครัว หรือกลุ่มเพื่อน ซึ่งมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล ชายหาด ภูเขา ทะเลสาบ ทะเลทราย พร้อมกับกิจกรรมนันทนาการ เช่น ขี่ม้า เดินป่า กอล์ฟ เทนนิส สกี เป็นต้น

ตารางที่ 2 แสดงการแบ่งประเภทของธุรกิจโรงแรมจำนวน 15 ประเภท (ต่อ)

	รูปแบบ	วัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมาย
3	โรงแรมเพื่อการประชุม (Convention Hotels)	สำหรับผู้ที่เดินทางมาประชุม อบรม และสัมมนา ซึ่งภายในโรงแรมมีการออกแบบห้องประชุมที่หลากหลายสำหรับรองรับผู้เข้าร่วม
4	โรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวทางรถยนต์ (Motel)	สำหรับผู้ที่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลและจักรยานยนต์ ซึ่งห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกและพื้นที่ใช้สอยจำกัด มีราคาประหยัดสามารถเลือกพักในลักษณะค้างคืน หรือชั่วคราว
5	โรงแรมคอนโดมิเนียม (Condominium Hotels)	สำหรับผู้ต้องการได้รับกรรมสิทธิ์ห้องพัก โดยผู้ที่เป็นเจ้าของห้องจะดำเนินการแจ้งไปผู้ดูแลส่วนหน้า เพื่อระบุช่วงเวลาในการเข้าพักที่ชัดเจน สำหรับช่วงเวลาที่ไม่ได้เข้าพักทางโรงแรมจะดำเนินการนำห้องพักเข้าสู่กระบวนการให้เช่าโดยมีการคิดอัตราค่าเช่าพักเป็นรายวัน
6	โรงแรมประเภทพักอาศัย (Residential Hotels)	สำหรับผู้ที่เดินทางเพื่อพักอาศัยเป็นระยะเวลานาน มีห้องพักขนาดเล็ก - ใหญ่ ซึ่งการเข้าพักแต่ละครั้งจะต้องระบุเป็นสัญญาเช่า
7	โรงแรมคาสิโน (Casino Hotels)	สำหรับผู้ที่ชื่นชอบเกมสการเสี่ยงโชค มีเฉพาะในบางประเทศที่ได้รับอนุญาตให้ดำเนินการเปิดบ่อนการพนันโดยไม่ขัดต่อหลักกฎหมาย ซึ่งมีห้องพักรับแขกตั้งแต่ 500 ห้องขึ้นไป พร้อมด้วยภัตตาคารและห้างสรรพสินค้า
8	โรงแรมห้องชุด (All-Suite Hotels)	สำหรับผู้ที่ต้องการพื้นที่ใช้สอยคล้ายคลึงที่บ้าน ซึ่งจะถูกรออกแบบโดยการแบ่งสัดส่วนห้องต่างๆ ได้แก่ ห้องนอน ห้องรับแขก ห้องทำงาน ห้องน้ำ ห้องครัว มีอัตราค่าบริการที่สูงกว่าโรงแรมในแบบทั่วไป

ตารางที่ 2 แสดงการแบ่งประเภทของธุรกิจโรงแรมจำนวน 15 ประเภท (ต่อ)

	รูปแบบ	วัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมาย
9	บังกะโลหรือกระท่อม (Bungalow / Cottage / Hut)	สำหรับผู้ที่ต้องการพักผ่อนในแหล่งธรรมชาติ มีสัดส่วนที่พึกเป็นส่วนตัว หรือ บ้านเป็นหลังคาเรือน
10	หอพักและบ้านพักเยาวชน (Dormitory / Hostel / Youth)	สำหรับผู้ที่ต้องการพักผ่อนราคาประหยัด เหมาะสมกับ นักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชน และ นักท่องเที่ยวกลุ่มสะพายเป้
11	บ้านพักในหมู่บ้าน (Home Stay)	สำหรับผู้ที่ต้องการพักผ่อนในหมู่บ้านหรือแหล่งชุมชน สัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ประเพณี ศิลปะ และกิจกรรมต่างๆ ในท้องถิ่น
12	เกสต์เฮาส์ (Guest House)	สำหรับผู้ที่ต้องการที่พักแรมที่เจ้าของบ้านแบ่งเป็นห้องว่างให้เช่าในราคาประหยัด
13	บ้านพักรับรอง (Vacation Home)	สำหรับผู้ที่ต้องการที่พักแรมของหน่วยงานราชการ หรือหน่วยงานเอกชน
14	แคมป์ (Camping Ground / Parking)	สำหรับผู้ที่ต้องการที่พักแรม ที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณลานเอนกประสงค์ หรือลานสำหรับจอดรถยนต์ในแหล่งท่องเที่ยว
15	เรือพักแรม (House Boat)	สำหรับผู้ที่ต้องการที่พักแรมในลักษณะของเรือนแพลอยน้ำ

ที่มา: จากสังเคราะห์ข้อมูลในการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย อ้างอิงจาก อาริสรา เสยานนท์ (2558: 10); จารุวรรณ กะวิเศษ (2558: 41 - 48)

จากตารางที่ 2 แสดงการแบ่งประเภทของธุรกิจโรงแรมโดยพิจารณาจากการตอบสนองความต้องการของผู้เข้าพักที่มีวัตถุประสงค์เดินทางเพื่อทำธุรกิจและการเดินทางเพื่อพักผ่อนเพียงอย่างเดียว สามารถพิจารณาร่วมกับลักษณะของทำเลที่ตั้ง หากเป็นที่พักแรมภายในเขตเมืองจะอยู่ใกล้กับสถานที่สำคัญทางราชการ ย่านการค้า และแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ซึ่งจะมีการบริการเสริมมากมาย เช่น ห้องอาหาร บริการซักรีด โทรศัพท์ทางไกล สถานที่จอดรถยนต์ ห้องประชุม เป็นต้น สำหรับที่พักแรมที่มีทำเลที่ตั้งนอกเขตเมือง หรืออยู่ใกล้กับแหล่งธรรมชาติที่ได้รับความนิยมในแต่ละพื้นที่ ซึ่งผู้รับบริการส่วนใหญ่จะต้องใช้ระยะเวลาการเดินทางที่ยาวนาน ผู้ประกอบการจำเป็นต้องจัดกิจกรรมนันทนาการและกีฬาแก่ผู้เข้าพักได้มีส่วนร่วม ในขณะที่การเลือกที่พักแรมแต่ละประเภท จะต้องพิจารณาจากจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางไปในแต่ละครั้ง เช่น ครอบครัว เพื่อนฝูง

ผู้ร่วมงาน เป็นต้น เนื่องจากห้องพักแต่ละประเภทมีขนาดมีการแบ่งสัดส่วนการใช้สอยของพื้นที่ต่างๆ ภายในห้องพัก ได้แก่ ห้องนอน ห้องน้ำ ห้องครัว และห้องทำงาน เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับกิจกรรมของสมาชิกแต่ละคนในครอบครัว มุ่งเน้นความสะดวกสบายที่เป็นส่วนตัว ซึ่งในขณะเดียวกันพบว่า มีที่พักแรมกำหนดการบริการตามเงื่อนไขสัญญาเช่าพิเศษแตกต่างกันกับระยะเวลาการเข้าพักอาศัย ได้แก่ รายชั่วโมง รายวัน รายเดือน โดยจะมีพนักงานบริการส่วนกลางของโรงแรมทำหน้าที่อำนวยความสะดวกตลอดระยะเวลาที่เข้าพัก

อย่างไรก็ตาม การแบ่งประเภทของที่พักแรมทุกรูปแบบจะมีข้อกำหนดในเรื่องของอัตราค่าบริการ สำหรับที่พักแรมที่มีการบริการแบบครบวงจร พร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันภายในห้องพัก จะมีการกำหนดค่าบริการเข้าพักที่สูงกว่าที่พักแรมขนาดเล็ก ที่มีข้อจำกัดด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการสนับสนุนอื่นๆ จากทางโรงแรม โอกาสสำคัญสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการสร้างกำไรด้วยวิธีการเพิ่มจำนวนห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกให้มากยิ่งขึ้น อาจเป็นวิธีการที่ไม่สามารถดึงดูดใจผู้รับบริการทุกรายเสมอไป เนื่องจากพฤติกรรมของผู้เข้ารับบริการให้ความสำคัญกับประสบการณ์ในการเดินทางที่แปลกใหม่ มากกว่าการเข้าพักแรมที่มุ่งเน้นความสะดวกสบายเกินความจำเป็น จึงเป็นที่มาของที่พักแรมทางเลือกเกิดขึ้นใหม่มากมาย พร้อมกับปรับขนาดของที่ใช้สอยในห้องพักให้เล็กลง โดยจะต้องพิจารณาความเกี่ยวข้องกับบรรณนิยมนส่วนบุคคลของผู้รับบริการที่มีความแตกต่างกันตามยุคสมัยและเชื้อชาติ เช่นเดียวกับที่พักแรมบางประเภทได้เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการกับชุมชนท้องถิ่น สามารถสัมผัสกับสภาพทางธรรมชาติควบคู่ไปกับวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าของพื้นที่นั้น ทั้งนี้ ที่พักแรมทางเลือกรูปแบบใหม่ในอนาคตอาจไม่ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบาย โดยการลดจำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่จำเป็นสำหรับห้องพัก แต่กลับมุ่งไปยังทักษะการปฏิบัติงานของพนักงานบริการ ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องกำหนดนโยบายการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นมืออาชีพมากยิ่งขึ้น

2.3 มาตรฐานโรงแรมไทย

สมาคมโรงแรมไทยร่วมกับสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA: Association of Thai Travel Agents) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดตั้งมูลนิธิพัฒนามาตรฐานและบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ในปี 2549 ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานตรวจสอบและจัดระเบียบโรงแรมไทย ให้มีมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งมีตัวมาตรฐานดาวเป็นตัวกำกับคุณภาพบริการ (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2555: 37-39) โดยมีรายละเอียดตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงมาตรฐานดาวโรงแรมในประเทศไทย

มาตรฐาน	สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ
★	พิจารณาจากความสะดวกและความปลอดภัยเป็นหลัก พร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทห้องพัก เช่น ขนาดห้องพักที่จะต้องมีขนาดไม่เล็กกว่า 10 ตารางเมตร เตี้ยขนาด 3 ฟุต พร้อมกระจกแต่งหน้า ถังขยะ โต๊ะ เก้าอี้ และภายในห้องน้ำจำเป็นต้องมีกระดาษชำระไว้คอยให้บริการ

ตารางที่ 3 แสดงมาตรฐานดาวโรงแรมในประเทศไทย (ต่อ)

มาตรฐาน	สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ
	<p>พิจารณาจากการปรับขนาดของห้องพักโดยจะต้องไม่เล็กกว่า 14 ตารางเมตร เพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ตาแมว โชคล้อง ประตู น้ำดื่ม โทรทัศน์สีขนาด 14 นิ้วขึ้นไป ห้องน้ำแบบชักโครก ผ้าเช็ดตัว โทรศัพท์ติดต่อภายใน</p>
	<p>พิจารณาจากการปรับขนาดของห้องพักจะต้องไม่เล็กกว่า 18 ตารางเมตร พร้อมโคมไฟบริเวณหัวเตียง เครื่องเขียน ตู้เสื้อผ้า สำหรับภายใน ห้องน้ำได้มีการเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกจากมาตรฐาน 1-2 ดาว ได้แก่ ระบบน้ำอุ่น-น้ำเย็น เสื้อคลุมอาบน้ำ สบู่ หมวกคลุมผมอาบน้ำ แก้ว ผ้าเช็ดหน้า ผ้าเช็ดเท้า ถุงใส่ผ้าอนามัย นอกจากนี้ โรงแรมจะต้องมีบริการเสริมสำหรับผู้เข้าพัก เช่น บริการอาหารส่งตรงถึงที่พัก (Room Service) ร้านจำหน่ายอาหารว่างและกาแฟ (Coffee Shop) ห้องประชุม (Meeting Room) ศูนย์ธุรกิจ (Business Center) ห้องน้ำสาธารณะ และห้องน้ำผู้พิการหรือผู้สูงอายุ</p>
	<p>พิจารณาจากการปรับขนาดของห้องพักจะต้องไม่เล็กกว่า 24 ตารางเมตร บรรจุเตียงนอนขนาดไม่น้อยกว่า 3.5 ฟุต มีโทรทัศน์สีขนาด 20 นิ้วขึ้นไป พร้อมด้วยรายการโทรทัศน์จำนวน 8 สถานีขึ้นไป มีบริการตู้เย็น ภาชนะต้มน้ำร้อน ชา กาแฟ อุปกรณ์ขัดรองเท้า ถุงซักผ้า ภายในห้องน้ำเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกหลากหลายรายการ เช่น ระบบน้ำอุ่น-น้ำเย็น เสื้อคลุมอาบน้ำ รองเท้าแตะ ครีมอาบน้ำ แชมพูสระผม ผ้าเช็ดมือ ชุดเครื่องมือตัดเย็บเสื้อผ้าขนาดเล็ก ไดรฟ์แปม นอกจากนี้ โรงแรมยังมีบริการห้องอาหาร ห้องออกกำลังกายพร้อมด้วยอุปกรณ์ 5 ชนิดขึ้นไป ห้องอบไอน้ำ ห้องนวด สระว่ายน้ำ ห้องประชุมใหญ่ที่สามารถแบ่งเป็นห้องประชุมย่อยไม่น้อยกว่า 2 ห้อง</p>
	<p>พิจารณาจากการปรับขนาดห้องพักจะต้องไม่เล็กกว่า 30 ตารางเมตร บรรจุเตียงนอนขนาดไม่น้อยกว่า 4 ฟุต เพิ่มรายการโทรทัศน์จำนวน 12 สถานีขึ้นไป มีห้องน้ำขนาดใหญ่ พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก เช่นเดียวกับมาตรฐานโรงแรมระดับ 4 เพิ่มเติมเครื่องชั่งน้ำหนัก และมีโทรศัพท์ฟองภายใน นอกจากนี้ โรงแรมยังมีบริการทั้งรายการอาหารไทยและนานาชาติ ห้องออกกำลังกายที่มีอุปกรณ์มากกว่า 7 ชนิด ห้องประชุมใหญ่ที่สามารถแบ่งเป็นห้องประชุมย่อยไม่น้อยกว่า 4 ห้อง</p>

ที่มา: ปรับปรุงจาก จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2555). ธุรกิจโรงแรม. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น

จากตารางที่ 3 แสดงการวัดระดับมาตรฐานการบริการของธุรกิจโรงแรมทุกประเภทในประเทศไทย มีจำนวนดาวเป็นตัวชี้วัดระดับมาตรฐาน ตั้งแต่ระดับ 1 – 5 ดาว เมื่อจำแนกแต่ละระดับ พบว่า 1 ดาว หมายถึง มาตรฐานการบริการน้อยที่สุด 2 ดาว หมายถึง มาตรฐานการบริการน้อย 3 ดาว หมายถึง มาตรฐานการบริการปานกลาง 4 ดาว หมายถึง มาตรฐานการบริการดี

และ 5 ดาว หมายถึง มาตรฐานการบริการดีมาก ซึ่งมาตรฐานแต่ละระดับดาว สามารถพิจารณาได้จากขนาดของห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก และบริการเสริมต่างๆ ของโรงแรม เพื่ออำนวยความสะดวกสบาย พร้อมทั้งรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของผู้รับบริการ ทั้งนี้ การได้มาซึ่งมาตรฐานระดับดาวที่สูงขึ้น ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาคุณภาพบริการในส่วนต่างๆ ของโรงแรมอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่กรมการท่องเที่ยว (2557) ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่พักรับการท่องเที่ยว ได้ดำเนินการประเมินข้อบังคับการเป็นโรงแรมระดับ 5 ดาวพบว่า ตัวชี้วัดบางตัวไม่เป็นไปตามมาตรฐานระดับสากล จากนั้น ในปี พ.ศ. 2555 เป็นต้นมา กรมการท่องเที่ยวจึงปรับปรุงมาตรฐานที่พักประเภท 1-5 ดาว โดยมี 45 เกณฑ์ 499 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย 12 หมวด ตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงเกณฑ์มาตรฐานชี้วัดที่พักประเภท 1-5 ดาวในประเทศไทย

หมวดที่	คำอธิบาย
1	สถานที่ตั้ง สภาพแวดล้อม สิ่งก่อสร้างทั่วไปและที่จอดรถยนต์
2	โถงต้อนรับ ห้องน้ำสาธารณะ ลิฟท์ และทางสัญจรภายในอาคาร
3	ห้องแบบมาตรฐาน (Standard Room) รวมการเดินระเบียง และห้องน้ำ
4	ห้องแบบห้องชุด และชั้นพิเศษ (Suite Room and Executive Floor)
5	ห้องอาหาร คอฟฟี่ช็อป บาร์ และครัว
6	ส่วนบริการด้านสันทนาการและสระว่ายน้ำ
7	ส่วนบริการด้านธุรกิจ ห้องประชุม และศูนย์บริการธุรกิจ (Business Center)
8	บุคลากรและการบริการ
9	ระบบรักษาความปลอดภัย ในพื้นที่ทั่วไป
10	ทรัพยากรและชุมชนแวดล้อมและส่วนสนับสนุนการบริการ
11	ส่วนของพนักงาน
12	คุณลักษณะเสริมอื่นๆ

ที่มา: ปรับปรุงจาก กรมการท่องเที่ยว (2557) มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว เล่มที่ 1 และ 2 กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว.

จากตารางที่ 4 แสดงการวัดระดับมาตรฐานการบริการของธุรกิจโรงแรมทุกประเภท ในราชอาณาจักรประเทศไทย โดยหลักการสามารถพิจารณาได้จากสภาพแวดล้อมของที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้อง ทักษะการบริการของบุคลากรหรือพนักงานของโรงแรม และความเป็นอยู่ของชุมชน ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องปฏิบัติตามมาตรฐาน เพื่อพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ

ตนเองอย่างต่อเนื่องตามจำนวนของดาว ส่งผลต่อภาพลักษณ์และคุณภาพบริการในมุมมองของผู้รับบริการที่เดินทางมาเข้าพักอาศัยภายในโรงแรม

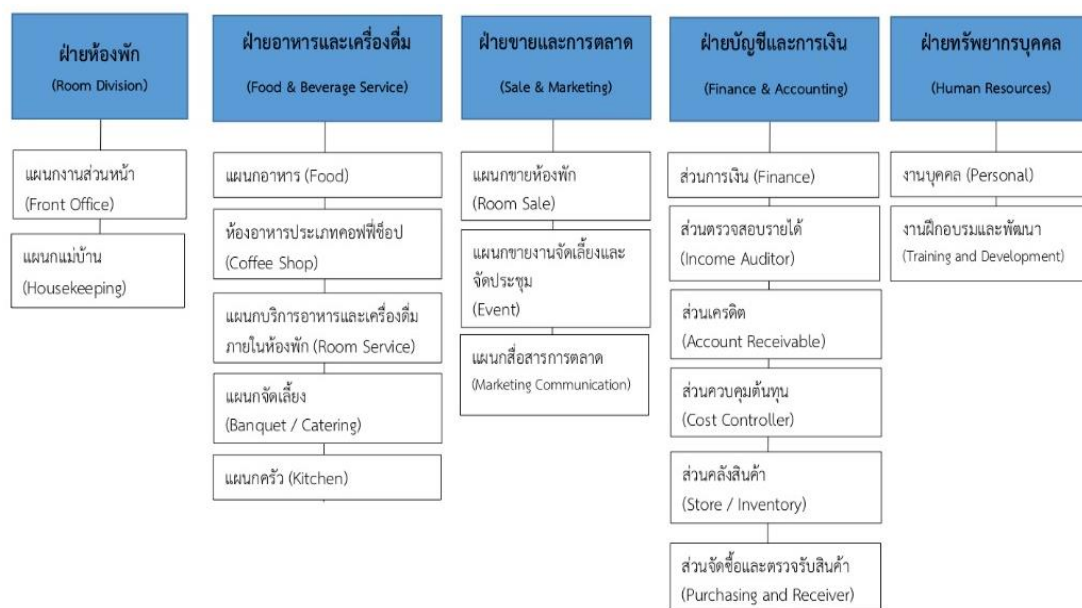
2.4 การกำหนดโครงสร้างองค์กรในโรงแรม

การออกแบบโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสมกับโรงแรม สามารถพิจารณาจากนโยบายการบริหารของกิจการ รวมถึงทรัพยากรต่างๆ ของโรงแรมแต่ละแห่ง เพื่อให้เกิดความสะดวกต่อการบังคับบัญชา การประสานงาน และควบคุมการปฏิบัติหน้าที่ได้ตามความหวังของผู้ประกอบการ สำหรับจารุวรรณ กะวิเศษ (2559: 132-134) หากพิจารณาจากมาตรฐานของโรงแรมระดับ 5 ดาว ควรมีการแบ่งหน้าที่ ตามตัวชี้วัดของมาตรฐานโรงแรมไทย เป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มคนเฝ้าประตูและเปิดประตู (Doorman and Porter) กลุ่มเช็คอิน-เอาท์ (Check In, Rooming the Guest, Check Out) กลุ่มต้อนรับ (Guest Service) กลุ่มแม่บ้าน (House Keeping) กลุ่มอาหารเช้าและบุฟเฟต์ (Breakfast and Buffet) และกลุ่มห้องอาหาร (Restaurant) นอกจากนี้ การกำหนดโครงสร้างองค์กรที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ของบุคลากรภายในองค์กร รวมถึงช่วยลดอุปสรรคสำคัญของการมอบหมายหน้าที่ในแต่ละสายงาน ที่มีความซับซ้อนตามขนาดองค์กรและระบบการบริหารจัดการ ซึ่งโรงแรมแต่ละแห่งอาจมีลักษณะที่เหมือนหรือต่างกันตามนโยบาย

สำหรับ ธาธิทย์ ทากิ (2549: 59) ได้ดำเนินเสนอการแบ่งส่วนการปฏิบัติงานของโรงแรมให้อยู่ในรูปแบบของฝ่ายหรือแผนกชัดเจนที่สุด 2 วิธี ได้แก่ ส่วนสร้างรายได้และสนับสนุน (Revenue and Support Centers) หมายถึง ส่วนที่รับผิดชอบด้านการขายสินค้าและบริการ เพื่อสร้างรายได้ให้กับโรงแรม ได้แก่ ฝ่ายบริการห้องพัก และฝ่ายบริการอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงส่วนงานสนับสนุนมีบทบาทอย่างยิ่งต่อการดำเนินกิจการโรงแรม แม้จะเป็นส่วนที่ไม่ได้ติดต่อกับผู้รับบริการโดยตรง แต่จะคอยช่วยเหลือและประสานงานกับส่วนที่สร้างรายได้ เช่น ฝ่ายขายและการตลาด ฝ่ายการเงินบัญชี ฝ่ายรักษาความปลอดภัย ฝ่ายช่างซ่อมบำรุง ฝ่ายบุคคล เป็นต้น และส่วนหน้าบ้านและส่วนหลังบ้าน (Front of the House and Back of The House) สำหรับงานส่วนหน้าบ้าน จะคอยทำหน้าที่ในการให้บริการผู้เข้าพัก คือ หัวใจสำคัญของโรงแรมต่อการให้บริการ ซึ่งทุกหน่วยงานจะทำหน้าที่ให้บริการภายในโรงแรม เช่น พนักงานเปิดประตู พนักงานเคลื่อนย้ายกระเป๋า พนักงานอาคันตุกะสัมพันธ์ พนักงานต้อนรับ พนักงานสำรองห้องพัก พนักงานเตรียมห้องพัก เป็นต้น สำหรับงานส่วนหลังบ้าน เป็นงานที่ไม่ได้ทำหน้าที่ในการบริการหรือติดต่อกับผู้เข้าพักโดยตรง แต่จะคอยสนับสนุนการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรที่ให้บริการส่วนหน้า เช่น ฝ่ายบุคลากร ฝ่ายการเงินและการบัญชี ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายซ่อมบำรุง เป็นต้น ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดโครงสร้างงานของโรงแรม จะถูกควบคุมโดยผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ (Director of Human Resources) เพื่อมอบหมายภาระหน้าที่ตามสายบังคับบัญชา ตามนโยบายการบริหารจัดการโรงแรม โดยมีเงื่อนไขการพิจารณา ดังนี้ (1) ขนาดของโรงแรมเล็ก กลาง และใหญ่ (2) จำนวนบุคลากรในโรงแรม (3) นโยบาย ผู้บริหารระดับสูงของโรงแรม (4) ความจำเป็นและความเหมาะสม และ (5) ค่าใช้จ่าย (นิตินพ ภูตะโชติ, 2559: 7)

นอกจากนี้ การมอบหมายการปฏิบัติหน้าที่ในแผนกหรือฝ่ายต่างๆ ของโรงแรม อาจจะต้องพิจารณาจากความชำนาญทางวิชาชีพ คุณวุฒิทางการศึกษา รวมถึงประสบการณ์

อันยาวนานในการปฏิบัติหน้าที่ อย่างไรก็ตาม จิตนันทน์ นันทไพบุลย์ (2555: 69 - 120) เสนอความคิด แนวคิดเกี่ยวกับการจัดโครงสร้างองค์กรในธุรกิจโรงแรม จะต้องมียกขบวนหน้าที่ครอบคลุมงานบริหาร ทุกภาคส่วน เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้เข้าพัก สามารถกำหนดเป็น 5 ฝ่ายหลัก ตามแผนภาพ ที่ 2 ดังนี้



ภาพที่ 2 การกำหนดคุณลักษณะของฝ่ายและแผนกภายในโรงแรม
ที่มา: จากการสังเคราะห์วรรณกรรมของผู้วิจัย

จากภาพที่ 2 พบว่า โครงสร้างองค์กรในระบบการจัดการโรงแรม จะแบ่งออกเป็น ฝ่ายต่างๆ ซึ่งแต่ละฝ่ายจะประกอบด้วยแผนกย่อยที่มีขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบตามสายงาน ดังนี้ ฝ่ายห้องพัก (Room Division) เป็นฝ่ายที่เกี่ยวข้องโดยตรงในทุกเรื่องของห้องพักของแขก ครอบคลุมการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่ผู้รับบริการ ฝ่ายห้องพักประกอบด้วย 2 แผนกใหญ่ ได้แก่ แผนกงานส่วนหน้า (Front Office Department) เป็นจุดแรกและจุดสุดท้ายที่ให้บริการแก่ผู้รับบริการ ทำหน้าที่ในการต้อนรับร่วมกับการบริการข่าวสารข้อมูลต่างๆ ภายในโรงแรม ซึ่งจะต้องประกอบไปด้วยแผนกงานสนับสนุนอื่นๆ เช่น งานต้อนรับและการลงทะเบียน (Reception / Room Assignment) งานบริการด้านการเงินส่วนหน้า (Front Cashier) งานโทรศัพท์ภายใน-ภายนอก (Operator) งานสำรองห้องพัก (Reservation) และแผนกแม่บ้าน (Housekeeping Department) ซึ่งเป็นส่วนสนับสนุนความพร้อมของห้องพัก ตลอดจนบริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรม ที่คอยดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความปลอดภัย ก่อนที่จะมีการส่งมอบบริการไปยังแผนกอื่นๆ โดยมีหน้าที่ความรับผิดชอบดังนี้ งานทำความสะอาดห้องพัก (Room Attendant) งานทำความสะอาดบริเวณสาธารณะ (Public Area) งานซักรีด (Laundry) งานห้องดอกไม้ (Forests) งานรับแจ้งของหาย (Lost and Found) เป็นต้น

ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage Service) เป็นฝ่ายบริการอาหารและเครื่องดื่มแก่ผู้เข้าพักภายในโรงแรม เป็นส่วนสร้างรายได้รองจากส่วนของการบริการห้องพัก สำหรับในบางโรงแรมฝ่ายอาหารและเครื่องดื่มกลายเป็นจุดที่สร้างรายได้หลักแก่กิจการ ได้แก่ แพนคอาหาร (Food) แบ่งหน้าที่ย่อยออกเป็น ห้องอาหารบริการเต็มรูปแบบหรือภัตตาคาร (Restaurant) เป็นบริการอาหารหลากหลายสัญชาติ ตามนโยบายการกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาดของโรงแรม ขั้นตอนการบริการจะมุ่งเน้นมาตรฐานการระดับสากล ห้องอาหารประเภทคอฟฟี่ช็อป (Coffee Shop) เป็นการจัดสัดส่วนของเขตพื้นที่การบริการเฉพาะ สามารถเดินทางเข้าออกได้สะดวกหลากหลายช่องทาง มีการบริการ 24 ชั่วโมง หรือปิดบริการเฉพาะช่วงค่ำ มีการกำหนดอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่าภัตตาคาร บริการอาหารว่างพร้อมเครื่องดื่มหลากหลายรายการ ซึ่งมีกรรมวิธีการปรุงที่ง่าย เช่น ชา กาแฟ ขนมเค้ก ขนมอบ เป็นต้น และแผนกเครื่องดื่ม (Beverage) ทำหน้าที่บริการเครื่องดื่มรายการต่างๆ โดยดำเนินการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสูตร กำหนดราคาขาย สร้างสรรค์วิธีการนำเสนอ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และกำหนดพนักงานบริการผสมเครื่องดื่ม รวมถึงการบริการอาหารและเครื่องดื่มภายในห้องพัก (Room Service) ทำหน้าที่บริการส่งมอบอาหารถึงห้องพัก เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายแก่ผู้เข้าพักที่มีความต้องการจะรับประทานอาหารและเครื่องดื่มภายในห้องพักของตนเอง บางโรงแรมมีการจำกัดเวลาการให้บริการไม่เกิน 23.00 น. ของทุกวัน สำหรับแผนกจัดเลี้ยง (Banquet / Catering) ทำหน้าที่บริการอาหารและเครื่องดื่มตามโอกาสพิเศษเฉพาะ หรือ เรียกว่างานฟังก์ชัน (Function) ซึ่งรูปแบบของงานจะปรับตามเจ้าภาพหรือผู้รับบริการตามความเหมาะสม ซึ่งสามารถบริการแบบมีการเสิร์ฟที่โต๊ะอาหาร (Table Service) และการบริการแบบเปิดโอกาสให้ผู้รับบริการเลือกเองตามใจชอบ ได้แก่ บุฟเฟต์ (Buffet) และค็อกเทล (Cocktail) เป็นบริการอาหารว่าง เน้นการบริการเครื่องดื่มมากกว่า โดยผู้รับบริการสามารถเลือกสถานที่จัดงานได้ทั้งภายในโรงแรมโดยใช้ห้องจัดงาน (Function Room) และงานนอกสถานที่ (Outside Catering) โดยมีแผนกครัว (Kitchen) ทำหน้าที่ในการจัดเตรียมและประกอบอาหาร (Food Production) เพื่อจัดสรรรายการอาหารสำหรับไว้บริการในภัตตาคาร งานจัดเลี้ยง และห้องพัก โดยแบ่งหน้าที่งานครัวตามประเภทของอาหาร เช่น ครัวกลาง (Main Kitchen) ครัวเย็น (Cold Kitchen) ครัวขนมอบ (Bakery) เป็นต้น

ฝ่ายขายและการตลาด (Sale and Marketing) เป็นฝ่ายที่จะต้องประสานงานกับผู้รับบริการภายนอกโรงแรม ที่มีความประสงค์จะเข้ามาใช้บริการในแต่ละแผนก โดยแบ่งหน้าที่หลักเป็น 3 แผนก ได้แก่ แผนกขายห้องพัก (Room Sale) คอยทำหน้าที่ติดต่อกับหน่วยงานต่างๆ เช่น บริษัททัวร์ สายการบิน หน่วยงานภาครัฐและเอกชน เป็นต้น แผนกขายงานจัดเลี้ยงและจัดประชุม (Banquet Sale) และแผนกสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) ดูแลในเรื่องของการส่งเสริมขายและการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ ฝ่ายบัญชีและการเงิน (Finance and Accounting Department) เป็นฝ่ายหน้าที่ดูแลผลประกอบการของธุรกิจทั้ง 4 วงจร ได้แก่ วงจรวัน วงจรสัปดาห์ วงจรฤดูกาล และวงจรธุรกิจที่พิจารณาตามสภาพเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยการแบ่งหน้าที่ของแต่ละโรงแรมจะมีความหลากหลายกันไป เพื่อความเหมาะสมกับนโยบายแต่ละองค์กร ประกอบด้วยงานส่วนการเงิน (Finance) มีหน้าที่เก็บรักษาควบคุมดูแลรายรับรายจ่ายของโรงแรม เช่น ค่าห้องพัก

อาหาร และเครื่องดื่ม รวมถึงการติดตามการชำระหนี้ของโรงแรม ตลอดจนการจ่ายเงินเดือนของพนักงาน งานส่วนตรวจสอบรายได้ (Income Auditor) มีหน้าที่จัดเก็บรายได้ให้ถูกต้องและจำแนกประเภท 2 แהל่ง จากห้องพักและห้องอาหาร งานส่วนเครดิต (Account Receivable) มีหน้าที่ควบคุมการให้สินเชื่อแก่ผู้รับบริการของโรงแรมในแต่ละแผนก และติดตามการชำระหนี้ตามรอบวันเวลาที่กำหนด งานส่วนควบคุมต้นทุน (Cost Controller) มีหน้าที่จัดเก็บข้อมูลต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม การตรวจรับสินค้า-วัตถุดิบต่างๆ ให้เป็นไปตามนโยบายการบริหาร รวมถึงการชั่งตวงวัดปริมาณอาหาร ตรวจสอบราคาขายให้สอดคล้องกับต้นทุน พร้อมจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานและยอดขายประจำ งานส่วนคลังสินค้า (Store / Inventory) มีหน้าที่ควบคุมการจัดเก็บสินค้าและเบิกจ่ายสินค้าแต่ละประเภท บันทึกยอดการเบิกจ่ายและทำรายการสรุปยอดคงเหลือทั้งหมด งานส่วนจัดซื้อและตรวจรับสินค้า (Purchasing and Receiver) มีหน้าที่สรรหาสินค้า-วัตถุดิบทุกประเภทที่ใช้ภายในโรงแรม ตามแหล่งซื้อวัตถุดิบจากผู้ขายปัจจัยการผลิตประเภทต่างๆ บางโรงแรมฝ่ายจัดซื้อจะทำหน้าที่ตรวจรับสินค้าให้เป็นไปตามนโยบายการบริหารงานของโรงแรม (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล, 2556)

ฝ่ายทรัพยากรบุคคล (Human Resources Department) เป็นฝ่ายที่ต้องบริหารอัตรากำลังคนให้เป็นไปตามนโยบายของผู้บริหารระดับสูง ซึ่งเป็นส่วนสนับสนุนที่จะต้องรักษาทรัพยากรบุคคลที่มีค่าแก่องค์กร พร้อมพัฒนาสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากร ได้แก่ การออกแบบงาน การรับเข้า-การลาออก การเปลี่ยนงานภายในและระหว่างแผนก การปรับตำแหน่ง การปฐมนิเทศ การฝึกอบรม การพิจารณาโทษทางวินัย การจัดสรรค่าตอบแทนและสวัสดิการ โดยกำหนดบทบาทหน้าที่เป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ (1) งานส่วนบุคคล (Personal) และงานฝึกอบรมและพัฒนา (Training) แต่สำหรับโรงแรมขนาดเล็กที่มีห้องพักไม่ถึง 80 ห้อง เช่น โรงแรมประเภทโฮสเทลหรือหอพัก จะมาพร้อมกับข้อจำกัดของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่สอดคล้องกับผลการศึกษานันทนา อินสว่าง และคณะ (2559: 1020 - 1021) เกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการและโครงสร้างบุคลากรที่แตกต่างจากโรงแรมทั่วไป เน้นการทำงานเป็นทีมโดยทุกคนสามารถปฏิบัติงานทดแทนกันได้ในทุกหน้าที่ เนื่องจากบุคลากรมีจำนวนไม่มาก ซึ่งมีการแบ่งหน้าที่ออกเป็น 6 แผนก ได้แก่ แผนกต้อนรับส่วน (Front Office) แผนกแม่บ้าน (House Keeping) แผนกอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) แผนกครัว (Kitchen) แผนกซ่อมบำรุง (Maintenances) และงานธุรการ (Admin Office)

2.5 ความเป็นมาของโรงแรมประเภทบูติคในประเทศไทย

โดยทั่วไปความหมายของโรงแรมประเภทบูติคมีหลากหลาย ได้กำหนดนิยามจากนักวิชาการชาวต่างชาติและชาวไทย ซึ่งไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าต้นกำเนิดที่แท้จริงเริ่มต้นมาจากประเทศไทย สำหรับวีล (Wheeler, 1999: 6) ได้กำหนดความหมายของโรงแรมประเภทบูติคหมายถึง โรงแรมขนาดเล็กที่มีมิติเชิงปริมาณและมิติเชิงคุณภาพ สำหรับมิติเชิงปริมาณสามารถพิจารณาได้จากจำนวนห้องพักน้อยกว่า 200 ห้อง มีพื้นที่ใช้สอยของโรงแรมน้อยกว่า 2,000 ตารางเมตร สำหรับมิติเชิงคุณภาพสามารถพิจารณาได้จากการบริการด้วยความเอาใจใส่ รวมถึงการออกแบบสภาพแวดล้อมให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของท้องถิ่น แต่สำหรับแอนเฮอร์

(Anhar, 2001) อธิบายความหมายของโรงแรมประเภทบูติกว่า ถูกใช้อย่างแพร่หลายในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีรากศัพท์มาจากคำศัพท์ที่ใช้อธิบายเกี่ยวกับธุรกิจบริการที่พักขนาดเล็ก มีจำนวนห้องพักไม่เกิน 150 ห้อง มีการตกแต่งอาคารสถานที่ ที่มีความหรูหรา พร้อมกับเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่น ในบางกิจการได้ดำเนินการดัดแปลงสถานที่เก่าแก่ของครอบครัวสู่การดำเนินธุรกิจ มีการบริการที่เน้นความเอาใจใส่ของพนักงานบริการแบบรายบุคคล ทั้งนี้ ข้อโต้แย้งจากประเทศยุโรปยังอธิบายว่า โรงแรมประเภทบูติกแท้จริงแล้วมีต้นกำเนิดของรากศัพท์ภาษาฝรั่งเศส ซึ่งความหมายของคำว่า บูติก หรือ บูติค (Boutique) หมายถึง ร้านจำหน่ายสินค้าขนาดย่อมเยารวมถึงยังมีความหมายหนึ่ง คือ รูปแบบการบริการของเฉพาะกลุ่ม (Customized Service) นอกจากนี้ กระแสความนิยมของโรงแรมประเภทบูติกในอีกหลายประเทศได้หยิบยืมคำว่า Boutique ไปประยุกต์ใช้ทางธุรกิจโรงแรม สำหรับโรงแรมที่มีจำนวนห้องพักไม่เกิน 100 ห้อง พร้อมกับการบริการภายใต้แนวคิดที่ความหรูหรา และมีเอกลักษณ์ในการออกแบบสภาพแวดล้อมที่ผสมผสานกับประวัติศาสตร์อันยาวนานของสถานที่แห่งนั้น (จารีทิพย์ ทากิ, 2549: 36)

สำหรับความหมายโรงแรมประเภทบูติก (Boutique Hotel) ในประเทศไทยโดยหมายถึง ธุรกิจบริการห้องพักที่มีการกำหนดอัตราค่าบริการที่หลากหลายระดับ มีจุดเด่นการตกแต่งสภาพแวดล้อม เครื่องแบบพนักงาน ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกภายใต้แนวคิดที่เรียบง่ายแต่ทันสมัยใหม่ ให้ความรู้สึกเหมือนการเดินทางเข้าไปเยี่ยมชมศิลปะ พร้อมกับการบริการต้อนรับที่อบอุ่นเหมือนอยู่ในบ้านหลังที่ 2 ของตนเอง ซึ่งโรงแรมประเภทบูติกไม่จำเป็นต้องมีห้องพักจำนวนมาก หรือต้องอาศัยระบบการบริหารจัดการภายใต้เครือข่ายของการบริหารจัดการ (Hotel Chains) ที่มีการลงทุนสินทรัพย์ในมูลค่าที่ไม่สูงมาก (ปรีชา แดงโรจน์, 2553: 176-179) ถึงแม้ว่า สุภัทรา สุขชู (2547) อธิบายว่า โรงแรมประเภทบูติก หมายถึง สินค้าและบริการประเภทที่พักที่มุ่งเน้นการสร้างความปลอดภัยใหม่ ซึ่งถูกออกแบบมาให้ตอบสนองพฤติกรรมของผู้เข้าพักที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เป็นที่พักทางเลือกของคนรุ่นใหม่ที่ได้รับการยอมรับในปัจจุบัน เช่นเดียวกับความหมายของ ราณี อีสซี่กุล (2551: 13-14) ได้นิยามความหมายของโรงแรมประเภทบูติก หมายถึง โรงแรมขนาดเล็กที่นำเสนอรูปแบบการตกแต่งภายในสถานที่ให้สอดคล้องกับรสนิยมของคนรุ่นใหม่ ซึ่งเหมาะสมกับกลุ่มผู้เข้าพักที่ต้องการความแตกต่างจากโรงแรมเครือข่ายระดับ 5 ดาวที่สามารถพบเห็นกันทั่วไป พร้อมกับการกำหนดราคาให้เลือกหลากหลายระดับ สิ่งที่ผลักดันให้โรงแรมประเภทนี้ได้รับความนิยมมีปัจจัยสนับสนุนมากมาย เช่น การตกแต่งอาคารสถานที่ที่มีความสวยงาม เครื่องแบบพนักงาน ความทันสมัยของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก การบริการที่เป็นมิตรของพนักงาน เป็นต้น ความท้าทายของโรงแรมประเภทบูติกขึ้นอยู่กับเงื่อนไขการจัดการบริการที่พักขนาด ควบคู่กับการสร้างความประทับใจในการบริการแบบรายบุคคล เช่นเดียวกับความหมายของ ภาวิณี เต็มดี (2553) ที่กำหนดให้โรงแรมประเภทบูติก หมายถึง ธุรกิจบริการห้องพัก ที่มีจำนวนห้องพักไม่ถึง 100 ห้อง มีการตกแต่งที่ร่วมสมัยของอาคารสถานที่ และจำกัดขอบเขตการบริการ ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ใช่กลุ่มนักธุรกิจ หรือกลุ่มจัดประชุมและสัมมนา รวมถึงพนักงานบริการมีความสามารถให้บริการอย่างเหนือความคาดหมาย สำหรับโรงแรมประเภทบูติกบางแห่งมีการดัดแปลงอาคารสถานที่ทางประวัติศาสตร์ เพื่อเป็นที่พักอาศัยชั่วคราวของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ โรงแรมประเภทบูติกยังหมายถึง รูปแบบที่พักชนิดหนึ่งที่มีขนาดเล็ก มีจำนวน

ห้องพักน้อยด้วยสถาปัตยกรรมที่สวยงาม ผสมผสานกับความหรูหรา ซึ่งการตกแต่งจะต้องสะท้อนเอกลักษณ์ที่ชัดเจน มีกลุ่มตลาดเป้าหมายที่มีจำนวนผู้รับบริการน้อยราย พนักงานจึงสามารถดูแลเอาใจใส่กับรายละเอียดของผู้รับบริการแต่ละคนได้อย่างทั่วถึง

จุดเริ่มต้นของการดำเนินงานโรงแรมสำหรับผู้ประกอบการที่มีสินทรัพย์สำหรับการลงทุนที่ค่อนข้างจำกัด นำไปสู่การก่อตั้งโรงแรมขนาดเล็ก หรือโรงแรมประเภทบูติค ที่มีข้อจำกัดด้วยเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบการบริหารงานโดยเจ้าของกิจการเพียงคนเดียว โดยมุ่งเน้นรูปแบบการบริการที่มีความใกล้ชิดกับผู้เข้าพัก ต่อมาหลังจากกระแสความนิยมของโรงแรมประเภทบูติคได้แพร่หลาย พร้อมการปรับรูปแบบการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการมากขึ้น โดยการเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีความครบครัน พร้อมกับการตกแต่งที่ร่วมสมัยสะท้อนความหรูหราใกล้เคียงกับโรงแรมประเภทอื่นๆ อย่างไรก็ตาม คุณสมบัติที่สำคัญของโรงแรมประเภทบูติคทุกยุคทุกสมัย คือ การออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ เริ่มจากออกแบบโครงสร้างอาคาร สภาพห้องพัก และบริเวณอื่นๆ ของโรงแรม ให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่งชั้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการโรงแรมประเภทบูติคทุกรายให้ความสำคัญกับการบริการที่ตอบสนองรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้รับบริการเฉพาะกลุ่มเป้าหมายของตนเองเท่านั้น (จารุรัศมิ์ ธนุสิงห์ และ วาริชต์ มัธยมบุรุษ, 2555: 178-179) ซึ่งขัดแย้งกับแนวคิดการดำเนินงานของ บุชรินทร์ ภาอินทร์ (2557: 49) ที่นำเสนอว่าโรงแรมประเภทบูติคเป็นการเอาใจใส่เฉพาะกลุ่มเป้าหมายคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 20 – 25 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีรายได้อยู่ในระดับกลาง – สูง โดยโรงแรมประเภทบูติคถูกแบ่งออกเป็นหลากหลายรูปแบบตามแนวคิดของนักวิชาการ โดยมีรายละเอียดตารางที่ 5 ตารางที่ 5 แสดงรูปแบบของโรงแรมประเภทบูติค

บุชรินทร์ ภาอินทร์ (2557)	กิตติ เกิดเปี่ยม (2557)	อมรินทร์ทอง โลก (2558)	วรพันธ์ คล้ามไพบูลย์ (2559)	ระชานนท์ ทวีผล (2560)
(1) โรงแรมประเภทบูติคในเมือง (City Destination) (2) โรงแรมประเภทบูติคเพื่อการพักผ่อน (Resort Destination)	(1) รูปแบบที่พักที่ดัดแปลงมาจากอาคารเก่าแก่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ (2) รูปแบบที่พักแบบร่วมสมัย (Hip Hotel) (3) รูปแบบที่พักที่เน้นการออกแบบโดยละเอียด (Design Hotel) (4) รูปแบบที่พักที่ออกแบบโดยใส่ใจกับพฤติกรรมของผู้เข้าพัก (Lifestyle)	(1) รูปแบบสถาปัตยกรรมและการออกแบบ (Design) (2) รูปแบบการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Nature) (3) รูปแบบวัฒนธรรม (Thematic)	(1) รูปแบบธรรมชาติ (Nature) (2) รูปแบบวัฒนธรรม (Culture)	(1) รูปแบบไทยประยุกต์ (Thai Modern) (2) รูปแบบชิค (Chic) (3) รูปแบบวิคตอเรีย (Victoria)

ที่มา: จากการสังเคราะห์ข้อมูลในการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย อ้างอิงจาก บุชรินทร์ ภาอินทร์ (2557); กิตติ เกิดเปี่ยม (2557); อมรินทร์ทอง โลก (2558); วรพันธ์ คล้ามไพบูลย์ (2559) และ ระชานนท์ ทวีผล (2560)

จากตารางที่ 5 แสดงรูปแบบของโรงแรมประเภทบูติกที่มีหลักการพิจารณาจากทำเลที่ตั้ง ซึ่งทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง จะสามารถตอบสนองผู้รับบริการด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาพร้อมกับความบันเทิงที่หลากหลายจากสิ่งอำนวยความสะดวก และทำเลที่ตั้งอยู่บริเวณชานเมืองจะเน้นประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ไม่จำเป็นต้องหรูหรา บางแห่งมีทำเลที่ตั้งในแหล่งธรรมชาติและชุมชนเมืองเก่า (บุชรินทร์ ถาอินทร์, 2557) สอดคล้องกับแนวคิดของ กิตติ เกิดเปี่ยม (2557: 13-15) ที่อธิบายว่าความน่าสนใจของโรงแรมประเภทบูติกขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งและการออกแบบสถานที่ สามารถจำแนกรูปแบบที่พักได้ทั้งหมด 4 ประเภท ดังนี้ (1) รูปแบบที่พักที่ดัดแปลงมาจากอาคารเก่าแก่ที่มีความเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ หรืออยู่ในทำเลท่องเที่ยว ชุมชน (2) รูปแบบที่พักแบบร่วมสมัย (Hip Hotel) ที่สะท้อนความเป็นตัวตนของผู้เข้าพักและโรงแรม (3) รูปแบบที่พักที่เน้นการออกแบบโดยละเอียด (Design Hotel) จับกลุ่มผู้รับบริการตลาดบน มีการเลือกสรรสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความหรูหรา สามารถตั้งราคาที่สูงใกล้เคียงกับโรงแรมระดับ 5 ดาว (4) รูปแบบที่พักที่ออกแบบโดยใส่ใจกับพฤติกรรมของผู้เข้าพัก (Lifestyle) เช่น สุขภาพ ศิลปะ พลังงาน และสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด ร่วมกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์ ดำเนินการจัดโครงการประกวดสุดยอดโรงแรมบูติกไทย หรือ Thailand Boutique Award ฤดูกาลแรก ในปี พ.ศ. 2553 สืบต่อกันจนถึงฤดูกาลปัจจุบัน (อมรินทร์ท่องเที่ยว, 2558) โดยการกำหนดรูปแบบ 3 ลักษณะ ได้แก่ (1) รูปแบบสถาปัตยกรรมและการออกแบบ (Design) สามารถพิจารณาได้จากขนาดของห้องพัก 3 ขนาด ประกอบด้วย ขนาดเล็ก (Small) จำนวน 3 – 20 ห้อง ขนาดกลาง (Middle) จำนวน 21 -50 ห้อง และขนาดใหญ่ (Large) จำนวน 51 – 80 ห้อง (2) อนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Nature) สามารถพิจารณาได้จากทำเลที่ตั้ง เช่น ทะเล (Seaside) ภูเขา ป่าไม้ และพื้นที่สีเขียว (Mountain, Forest and Plantation) เมือง (City) แม่น้ำและทะเลสาบ (River and Lake) และ (3) รูปแบบวัฒนธรรม (Thematic) ที่นำเอาศิลปวัฒนธรรม ความเชื่อ และประเพณีท้องถิ่นเข้ามาผสมผสาน

จากรูปแบบต่างๆ ที่ปรากฏมีความคล้ายคลึงกับแนวคิดของ วรพันธ์ คล้ามไพบูลย์ (2559) ที่อธิบายเกี่ยวกับการออกแบบโรงแรมประเภทบูติกมีความสำคัญเกี่ยวกับงบประมาณและภาพลักษณ์ที่ปรากฏต่อสังคม โดยมีรูปแบบธรรมชาติ (Nature) สามารถตกแต่งได้หลายลักษณะ เช่น ไม้ดอกไม้ประดับ เป็นต้น โดยใช้งบประมาณที่ไม่สูงมากจนเกินไป แสดงออกถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และรูปแบบวัฒนธรรม (Culture) สามารถประยุกต์นำเอาความโบราณ ความร่วมสมัย หรือความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นเข้ามาผสมผสานให้เกิดความน่าสนใจ มีส่วนช่วยในการเผยแพร่และร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมในพื้นที่ แต่สำหรับผลการศึกษาระชานนท์ ทวีผล (2560) จะกำหนดรูปแบบของโรงแรมประเภทบูติก ออกเป็น 3 ลักษณะที่ให้ความสำคัญกับประเด็นที่พักร่วมสมัยเข้ามาผสมผสาน รวมถึงหยิบยืมเอาอารยสถาปัตยกรรมของยุโรปเข้ามาผสมผสาน ได้แก่ (1) รูปแบบไทยประยุกต์ (Thai Modern) ใช้วิธีการตกแต่งด้วยโทนสีดูฉลาด ผสมผสานด้วยวัสดุอุปกรณ์ของท้องถิ่น รวมถึงเครื่องแต่งกายพื้นเมืองของพนักงานบริการ (2) รูปแบบชิค (Chic) ใช้วิธีการตกแต่งด้วยโทนสีสว่างตา มีการจัดสรรพื้นที่ห้องให้มีความกว้างมากกว่าห้องพักทั่วไป และ (3) รูปแบบวิกตอเรีย (Victoria) ใช้วิธีการตกแต่งด้วยศิลปะตะวันตก รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความร่วมสมัย

ที่นำเสนอไปข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า โรงแรมประเภทบูติกในประเทศของประเทศไทยของงานวิจัยนี้ มีทั้งสิ้น 4 รูปแบบ ตามภาพที่ 3 – 6 ดังนี้



ภาพที่ 3 โรงแรมประเภทบูติกที่มีรูปแบบดัดแปลงอาคารเก่าแก่หรือตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน (Culture)
ที่มา จากการบันทึกภาพถ่ายของผู้วิจัย



ภาพที่ 4 โรงแรมประเภทบูติกที่มีรูปแบบหรูหราและร่วมสมัย (Luxury and Modern)
ที่มา จากการบันทึกภาพถ่ายของผู้วิจัย



ภาพที่ 5 โรงแรมประเภทบูติคที่มีรูปแบบอยู่ร่วมกับธรรมชาติ (Nature)
ที่มา จากการบันทึกภาพถ่ายของผู้วิจัย

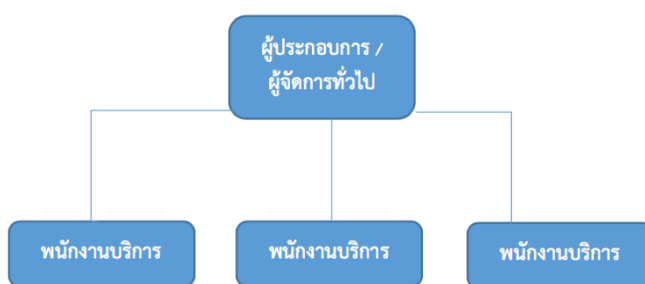


ภาพที่ 6 โรงแรมประเภทบูติคที่มีรูปแบบศิลปะสถาปัตยกรรมการออกแบบ (Art and Thematic)
ที่มา จากการบันทึกภาพถ่ายของผู้วิจัย

จากภาพที่ 3 – 6 เป็นการอธิบายรูปแบบของโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ทั้ง 4 ลักษณะ ได้แก่ (1) รูปแบบดัดแปลงอาคารเก่าแก่หรือตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน (Culture) สามารถสัมผัสได้กับอารยธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในท้องถิ่น รวมถึงการเข้าร่วมประเพณีท้องถิ่น และพิธีกรรมทางศาสนาในบริบทนั้นๆ (2) รูปแบบหรูหราและร่วมสมัย (Modern and Luxury) ให้ความสำคัญกับการออกแบบสถานที่ให้มีความร่วมสมัย ผสมผสานวัฒนธรรมตะวันตกที่มีความเป็นสากล พร้อมกับการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกและมีเทคโนโลยีให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้รับบริการในระดับเดียวกับโรงแรม 5 ดาว (3) รูปแบบอยู่ร่วมกับธรรมชาติ (Nature) ซึ่งลักษณะทางกายภาพจะมีส่วนช่วยให้ผู้เข้าพักได้สัมผัสถึงประสบการณ์ที่แตกต่าง ตระหนักถึงคุณค่าความงามของธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และ (4) รูปแบบศิลปะสถาปัตยกรรมการออกแบบ (Art and Thematic) โดยพิจารณารสนิยมเฉพาะกลุ่มของ

ผู้รับบริการ โดยใช้ศิลปะในการสื่อสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ที่แตกต่างจากคู่แข่งชั้น รวมถึงของสะสมประเภทต่างๆ ของผู้ประกอบการที่นำมาจัดแสดงภายในโรงแรม เช่น งานประติมากรรม งานจิตรกรรม เป็นต้น

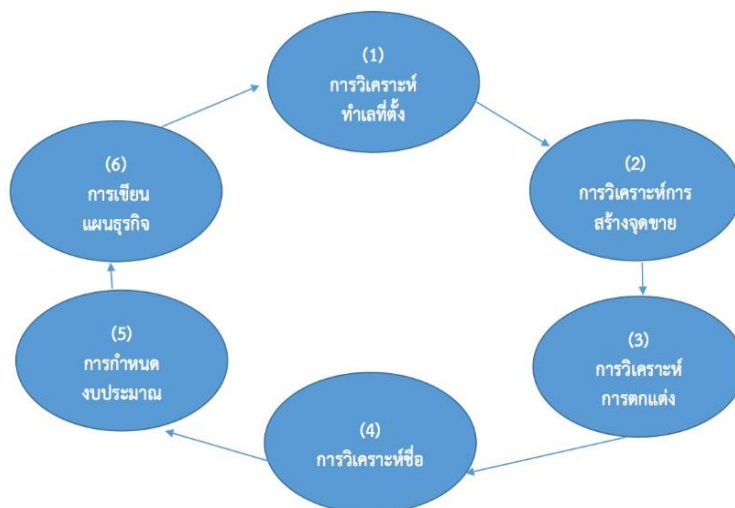
แนวทางการบริหารจัดการโรงแรมประเภทบูติคมีวิธีการดำเนินงานตามเงื่อนไขของการบริหารจัดการ สามารถกำหนดเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ (1) การบริหารจัดการอย่างอิสระ (Independent) เป็นการระดมทุนที่ไม่สูงมากนัก มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 2 ห้องขึ้นไป จนถึง 100 ห้อง จัดเป็นสถานที่พักแรมขนาดเล็กและกลาง โดยผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์ในการบริหารโรงแรมมาก่อน ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ สามารถนำเอาสินทรัพย์ส่วนบุคคลมาดัดแปลงเป็นโรงแรมประเภทบูติคภายหลัง โดยมีการจัดแบ่งโครงการสร้างองค์กรแบบกระจายอำนาจหน้าที่การปฏิบัติงานที่ไม่ต้องอาศัยหัวหน้าแผนกหรือผู้บังคับบัญชาระดับรอง พนักงานบริการสามารถปฏิบัติงานข้ามสายงานได้มากกว่า 1 ตำแหน่ง เนื่องด้วยอัตราค่าจ้างคนน้อย จึงมีความแตกต่างจากโครงสร้างองค์กรแบบโรงแรมทั่วไป ดังแผนภาพที่ 7



ภาพที่ 7 โครงสร้างองค์กรของโรงแรมประเภทบูติคที่มีรูปแบบการบริหารจัดการแบบอิสระ

จากภาพที่ 7 พบว่า โรงแรมประเภทบูติคที่มีผู้ประกอบการจะสามารถควบคุมดูแลปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานบริการโดยตรง มุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ปลูกฝังให้พนักงานบริการสามารถปฏิบัติงานร่วมกัน สำหรับผู้ประกอบการบางรายเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจห้องพักที่เป็นอพาร์ทเมนท์ รวมถึงบางรายเลือกที่พักออาศัยของตนเองมาดัดแปลงเป็นธุรกิจทางเลือกใหม่ และ (2) การบริหารจัดการแบบเครือข่าย (Chain) เป็นการบริหารที่ต้องใช้ทักษะความเป็นมืออาชีพจากกลุ่มโรงแรมระดับ 5 ดาว ที่มีเครือข่ายทั่วทุกมุมโลก ซึ่งมีนโยบายในการให้บริการที่เทียบเท่า โดยสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวผ่านการตกแต่งสถานที่ให้มีความสวยงามแต่จำกัดในเรื่องของจำนวนห้องพักขนาดเล็ก ไม่เกิน 200 ห้อง โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะริเริ่มมาจากการนำทรัพย์สินของตนเองที่มีเป็นส่วนหนึ่งมาต่อยอดเป็นธุรกิจ และนำการบริหารมาใช้กับโรงแรมของตนเพื่อสร้างกำไรจากทรัพย์สินที่ตนเองมี สำหรับผู้ประกอบการบางรายได้ดำเนินการสร้างธุรกิจขึ้นมาใหม่ โดยใช้รูปแบบการบริหารจัดการแบบเครือข่ายเข้ามาบริหารจัดการ (ศุภชัย กสิกรไทย, 2555; กิตติ เกิดเปี่ยม, 2557 และ ระชานนท์ ทวีผล, 2559)

ในขณะที่ วรพันธ์ คล้ามไพบูลย์ (2559: 69-120) ได้นำเสนอแนวทางการบริหารจัดการโรงแรมประเภทบูติคสำหรับประเทศไทยโดยเฉพาะ เนื่องจากโรงแรมประเภทบูติคที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่ของไทยจะดำเนินงานแบบอิสระ ซึ่งวิธีการสร้างโรงแรมให้ประสบความสำเร็จมีทั้งสิ้น 6 ขั้นตอน ตามแผนภาพที่ 8 ดังนี้



ภาพที่ 8 กระบวนการบริหารจัดการโรงแรมประเภทบูติค
ที่มา: จากการสังเคราะห์วรรณกรรมของผู้วิจัย อ้างอิงจาก วรพันธ์ คล้ามไพบูลย์ (2559: 69-120) เปลี่ยนบ้านเก่าเป็นบูติคโฮเทล เล่มที่ 1. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดการพิมพ์ ภาพพิมพ์

จากภาพที่ 8 แสดงกระบวนการบริหารจัดการโรงแรมประเภทบูติค โดยเริ่มจากขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งจะต้องไม่ใช่อุปสรรคแก่การเดินทางของผู้เข้าพัก ที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชนและย่านอาหาร ซึ่งเป็นจุดสังเกตที่ดีของตัวเมือง เช่น ปากซอย ตรงข้ามอาคาร ใกล้สถานีราชการ เป็นต้น สำหรับขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์และการสร้างจุดขายเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องศึกษาความต้องการของผู้เข้าพักที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นสิ่งใหม่ที่ยังไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน โดยจะต้องมีความยากต่อการลอกเลียนแบบ เป็นการใช้นวัตกรรมเพื่อสร้างสรรค์สินค้าและบริการในรูปแบบที่แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งพร้อมกับการเชื่อมโยงกับสังคมและชุมชนท้องถิ่น เพื่อเปิดโอกาสกับผู้เข้าพักได้สัมผัสกับสิ่งแวดล้อมที่อยู่ใกล้กับทำเลที่พัก ตลอดจนการออกแบบสถานที่ให้มีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ สำหรับขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์การตกแต่งและการไม่ตกแต่ง เป็นขั้นตอนสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องตัดสินใจอย่างรอบคอบ เพื่อการออกแบบพื้นที่ภายในและภายนอกห้องพักให้สามารถดึงดูดใจผู้เข้าพัก มีความแตกต่างไม่ซ้ำกับคู่แข่งรายอื่นในพื้นที่เดียวกัน สำหรับขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ชื่อหรือการตั้งชื่อ เช่น ชื่อทั่วไป (General Name) ชื่อตามทำเลที่ตั้ง (Location) ชื่อเฉพาะเจาะจง (Specific Name) ชื่อตามลักษณะเฉพาะทางกายภาพ (Character) ชื่อที่สื่อถึงอารมณ์และความรู้สึก (Emotional) สำหรับขั้นตอนที่ 5 การกำหนดงบประมาณและการตั้งราคาขาย เป็นการจัดสรรหมวดหมู่ของสินทรัพย์ที่ใช้ในการลงทุน และขั้นตอนที่ 6 การเขียนแผนธุรกิจ เริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ

อุปสรรค ร่วมกับการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขัน ได้แก่ จำนวนคู่แข่งทางตรง กลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขัน การออกแบบนโยบายส่วนประสมทางการตลาด พร้อมกับการวิเคราะห์ความต้องการของผู้รับบริการ

เนื่องจากโรงแรมประเภทบูติคมีโครงสร้างองค์กรขนาดเล็ก มีทรัพยากรมนุษย์ในการให้บริการที่จำกัด รวมถึงสินค้าและบริการเพียงไม่กี่ประเภท (อัฐพร อารังเกียรติกุล, 2552: 409) การสร้างสรรค์แนวทางสู่ความสำเร็จให้โรงแรมประเภทบูติคมีศักยภาพทางการแข่งขันมีทั้งสิ้น 3 ปัจจัย ได้แก่ (1) การออกแบบสถาปัตยกรรม (Design and Architect) ที่ให้ความสำคัญกับเรื่องของการออกแบบให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง ภายใต้แนวคิดการนำเสนอที่เรียบง่าย ผสมผสานความหรูหรา นอกจากนี้โรงแรมประเภทบูติคบางแห่ง จะนิยมการใช้โทนสีที่ให้ความรู้สึกสนุกสนาน ฉูดฉาด และบางแห่งอาจนำความเป็นธรรมชาติเข้ามาผสมผสานภายในอาคาร (2) การบริการแบบเฉพาะตัว (Personalized Service) เป็นการบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการแบบรายบุคคล ซึ่งพนักงานจะต้องมีความเอาใจใส่ และการสร้างสรรค์กิจกรรมให้เหมาะสมกับผู้เข้าพักจนเกิดความพึงพอใจและความภักดีต่อการกลับมาใช้ซ้ำ (3) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) เป็นสิ่งที่โรงแรมประเภทบูติคพยายามมองหากลุ่มผู้เข้าพักวัยรุ่น ที่มีรสนิยมในการเดินทางที่สะท้อนความเป็นตัวตนและมีรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันที่ชัดเจน รวมถึงมีรายได้สูงพร้อมหน้าที่การงานที่มั่นคง เนื่องจากโรงแรมประเภทบูติคมีการกำหนดอัตราค่าบริการระดับสูงในช่วงเริ่มต้นกิจการ บางแห่งเทียบเท่ากับโรงแรมระดับ 5 ดาว นอกจากนี้โรงแรมประเภทบูติคยังตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้เข้าพักที่เป็นคนที่ชื่นชอบศิลปะ ความบันเทิง แฟชั่น ที่ผ่านกระบวนการคิดสร้างสรรค์จากแรงบันดาลใจ รวมถึงกลุ่มผู้เข้าพักที่รักความเป็นส่วนตัวสูง (HIP: Highly Individual Person) ซึ่งเป็นกลุ่มสร้างกระแสจนเกิดเป็นอิทธิพลต่อแวดวงทางสังคม

จากการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นเกี่ยวกับโรงแรมประเภทบูติค ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าโรงแรมประเภทบูติค หมายถึง โรงแรมขนาดกลางและเล็กรูปแบบใหม่ มีจำนวนห้องพักไม่เกิน 200 ห้อง เน้นการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพให้มีความน่าสนใจและแตกต่างจากโรงแรมประเภทอื่นๆ มีทั้งสิ้น 4 รูปแบบ ได้แก่ (1) รูปแบบดัดแปลงอาคารเก่าแก่หรือตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน (Culture) (2) รูปแบบหรูหราและร่วมสมัย (Modern and Luxury) (3) รูปแบบอยู่ร่วมกับธรรมชาติ (Nature) และ (4) รูปแบบศิลปะสถาปัตยกรรมการออกแบบ (Art and Thematic) ซึ่งจะต้องกำหนดแนวทางการบริการให้แสดงออกถึงความเอาใจใส่จากพนักงานบริการ ที่จะต้องสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์พร้อมกับการจดจำรายละเอียดต่างๆ ของผู้รับบริการ ซึ่งโรงแรมประเภทบูติคมีระบบการดำเนินงาน 2 ลักษณะ ได้แก่ การบริหารด้วยตนเอง (Independents) โดยใช้สินทรัพย์การลงทุนที่ไม่สูงมาก มีสิ่งอำนวยความสะดวกอันข้างจำกัด และการบริหารแบบมืออาชีพด้วยเครือข่าย (Chains) ทั้งระดับภูมิภาคและนานาชาติให้มีมาตรฐานการให้บริการที่ระดับโรงแรม 5 ดาว พร้อมกับการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้รับบริการ

3. การบริการที่เป็นเลิศ

การบริการที่เป็นเลิศเป็นผลพวงมาจากความพึงพอใจเชิงบวกของผู้รับบริการ ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการที่ถูกออกแบบมาเพื่อสร้างความสะดวกสบาย รวมถึงการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีจากพนักงานบริการ โดยผู้ประกอบการจะต้องศึกษาความคาดหวังร่วมกับข้อคิดเห็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ เช่นเดียวกับแนวคิดการสร้างความสุขแก่ผู้รับบริการ (Customer Delight) จากผลการศึกษาของเลฟล็อก (Lovelock, 2007) ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างความประทับใจเกินความคาดหมาย การแสดงออกถึงความกระตือรือร้นอย่างน่าประหลาดใจ และความประทับใจด้วยความรู้สึกที่เพิ่มขึ้น พร้อมกับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการในครั้งต่อไป

3.1 ความหมายและความสำคัญของการบริการที่เป็นเลิศ

จากสืบค้นความหมายของการบริการที่เป็นเลิศพบว่า บูม และบิทเนอร์ (Booms and Bitner, 1981) อธิบายความหมายของการบริการ (Service) หมายถึง การรวบรวมทรัพยากรที่หลากหลายเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อวัตถุประสงค์ในการแปรรูปเป็นสินค้าและบริการ สำหรับจัดจำหน่ายแก่ผู้รับบริการ ซึ่งมีคุณสมบัติพื้นฐานทางกายภาพและการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานบริการกับผู้รับบริการถึงแม้ว่าการนำเสนอความหมายของการบริการ หมายถึง กิจกรรมที่ส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible goods) แก่ผู้รับบริการ โดยพิจารณาจากความพึงพอใจที่ประกอบด้วย กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบ (Delivery Activity) สินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Goods) ความต้องการของผู้รับบริการ (Customer Need) และความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) (ธธีร์ธรรชวีโรจน์, 2546, 18-19) แต่สำหรับความหมายของ ตรีเพ็ชร อำเมือง และคณะ. (2556, 16-17) อธิบายความหมายของการบริการ (Service) คือ สิ่งที่ผู้ขาย หรือผู้ให้บริการ มอบให้แก่ผู้รับบริการ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ระดับที่ 1 มีความสำคัญต่อตัวผู้รับบริการได้รับความสุขใจ และระดับที่ 2 ความสำคัญต่อตัวพนักงานบริการสามารถรักษากลุ่มผู้รับบริการรายเก่า อย่างไรก็ตาม กัตตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2557) ได้กล่าวว่า การบริการ คือ วิธีการส่งมอบสินค้าที่มีตัวตนและไม่มีตัวตนของกิจการให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าและบริการเหล่านี้จะต้องสามารถตอบสนองความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับบริการที่เกิดจากกระบวนการบริการ ซึ่งผู้ให้บริการต้องใช้ทักษะการปฏิบัติงานของพนักงานบริการควบคู่กันไป

หากผู้ประกอบการมีความเข้าใจถึงความหมายของการบริการ จะนำไปสู่ขั้นตอนการสร้างการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ หรือเรียกว่า การบริการที่เป็นเลิศ (Service Excellent) ซึ่งหมายถึง ความสามารถของผู้ให้บริการที่คอยตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ พร้อมกับการสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรไป พร้อมกันโดยใช้ทักษะการสร้างปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์เป็นส่วนสนับสนุน (Kotler, 2000: 428) สำหรับความหมายเพิ่มเติมตามแนวคิดของสแตวาท (Stewart, 1997) นิยามว่า ความเป็นเลิศในการบริการ (Service Excellence) คือ ความผูกพันที่เกิดขึ้นภายในองค์กรที่ให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ (Customer Focus) โดยมีมาตรฐานการบริการและการวัดผลการปฏิบัติงานตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ เช่น ข้อกำหนดของ ISO 9000 ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ใช้วัดด้านคุณภาพการให้บริการในภาคส่วนของแต่ละสายงานขององค์กร รวมถึงทักษะการบริหารจัดการของบุคลากรภายในองค์กรทุกคน ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง และพนักงานระดับปฏิบัติการ อีกทั้งยังเป็นการปรับปรุง

กระบวนการขององค์กรอย่างต่อเนื่อง รองรับความต้องการของผู้รับบริการและการเสริมการบริการที่เหนือความคาดหวัง ความเป็นเลิศในการบริการจำเป็นต้องคำนึงถึงความสะดวกสบายด้านต่างๆ ที่ระบุอยู่ในนโยบาย สอดคล้องกับความหมายของ ปฐุติกา ปาริฉัตต์ (2557: 37) การบริการที่ดีเลิศคือ ความตั้งใจที่จะอำนวยความสะดวกช่วยเหลือ ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการตามนโยบายขององค์กรที่กำหนดไว้ในแบบแผน พร้อมความรวดเร็วโดยที่ผู้รับบริการไม่ต้องร้องขอเพื่อเป้าหมายในการสร้างความพึงพอใจและผู้ให้บริการจะต้องมีความสุขต่อกระบวนการให้บริการทุกขั้นตอน

ในขณะที่ความหมายของ พงศธร พอกเพิ่มดี (2557: 26) คือ เป็นการปฏิบัติตามแผนการบริการหรือเป้าหมายขององค์กรที่มุ่งเน้นการบริการที่สามารถสร้างรอยยิ้ม เกิดความประทับใจในการตัดสินใจมาใช้บริการ ในขณะที่ความเป็นเลิศในการบริการเป็นกระบวนการพัฒนาทักษะทางวิชาชีพให้เกิดกับบุคลากรภายในองค์กร เพื่อวัตถุประสงค์สำหรับการเพิ่มพูนศักยภาพการปฏิบัติหน้าที่ โดยพนักงานบริการที่ดีจะต้องมีความพร้อมด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาระหน้าที่พร้อมกับประสบการณ์ทางวิชาชีพ โดยใช้เทคนิคการปฏิบัติงานส่วนบุคคลเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเพื่อมุ่งหวังให้ผู้รับบริการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำในครั้งต่อไป ซึ่งพนักงานบริการต้องมีจิตสำนึกการบริการ (Service Mind) พร้อมเสียสละทุ่มเทกับภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายในแต่ละวัน และการพิจารณาสิ่งที่คุณรับบริการต้องการก่อนสร้างสินค้าและบริการ รวมถึงมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน (Motive) เกิดความกระตือรือร้นระหว่างการทำงานตลอดเวลา ตลอดจนการส่งเสริมทักษะความคิดสร้างสรรค์ในการปฏิบัติงาน (Creative) ไม่ยึดติดกับประสบการณ์เดิมปราศจากอคติกับเพื่อนร่วมงาน ผู้รับบริการ และนโยบายองค์กร สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยวิธีการที่แปลกใหม่นอกจากนี้ พนักงานบริการจะต้องมีทักษะการควบคุมอารมณ์ระหว่างที่ปฏิบัติหน้าที่ (Emotional Control) เนื่องจากงานบริการต้องเผชิญหน้ากับผู้คนที่มีความหลากหลายทางชนชั้นทางสังคม ระดับการศึกษา วัฒนธรรมที่แตกต่างกัน และสภาพแวดล้อมที่ปรับเปลี่ยนไปตามพลวัตอยู่เสมอ (น้ำเพชร อยู่สกุล, 2553: 14)

3.2 องค์ประกอบของการบริการที่เป็นเลิศ

ในมุมมองของนักวิชาการได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการบริการที่เลิศแตกต่างกัน ซึ่งพื้นฐานมาจากการสร้างคุณลักษณะของสินค้าให้มีความคงทนถาวร ร่วมกับออกแบบกระบวนการส่งมอบที่มีความรวดเร็วจากพนักงานบริการที่กำลังปฏิบัติหน้าที่อยู่ในขณะนั้น ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องหมั่นตรวจสอบความพึงพอใจจากผู้รับบริการสม่ำเสมอ จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถสรุปองค์ประกอบของการบริการที่เป็นเลิศ ตามรายละเอียดตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงรายละเอียดองค์ประกอบของการบริการที่เป็นเลิศ

ผู้นิยาม	องค์ประกอบของการบริการที่เป็นเลิศ
Albrecht (1988)	(1) ผลิตภัณฑ์ทางกายภาพ (Physical Products) (2) การบริการ (Service Product) (3) สิ่งแวดล้อมด้านบริการ (Service Environment) (4) การส่งมอบการบริการ (Service Delivery) (5) การมุ่งเน้นผู้รับบริการ (Customer Focus)

ตารางที่ 6 แสดงรายละเอียดองค์ประกอบของการบริการที่เป็นเลิศ (ต่อ)

ผู้นิยาม	องค์ประกอบของการบริการที่เป็นเลิศ
Zeithsmil and Bitner (1996)	(1) สิ่งสัมผัสได้ (Tangible) (2) ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) (3) ความรวดเร็ว (Responsiveness) (4) การรับประกัน (Assurance) (5) ความเอาใจใส่ (Empathy)
จินตนา บุญบงการ (2539)	“SERVICE” ประกอบด้วย (1) การยิ้มแย้มและการสร้างความรู้สึกร่วมกับความลำบาก (S : Smiling and Sympathy) (2) ความไวต่อการตอบสนองความต้องการ (E: Early Response) (3) การแสดงออกถึงการยกย่องนับถือผู้รับบริการ (R: Respectful) (4) การบริการด้วยความเต็มใจ (V : Voluntariness Manner) (5) การรักษาภาพลักษณ์ตนเองและองค์กร (I: Image Enhancing) (6) การสร้างสุภาพและมีมารยาทดี (C: Courtesy) (7) การแสดงออกถึงความพร้อม (E: Enthusiasm)
วิทยา ด้านธำรง (2547)	V-SERVE ที่แท้จริงมาจากคำว่า We Serve (1) วิสัยทัศน์แห่งการบริการ (V: Vision) (2) ทักษะแห่งการบริการ (S: Skill) (3) ความเอาใจใส่ (E: Empathy) (4) ความรวดเร็วในการตอบสนอง (R: Responsiveness) (5) การเสริมสร้างความเข้มแข็งทางการบริการ (V: Vigor) (6) การประเมินผลการบริการที่ส่งมอบให้ผู้รับบริการ (E: Evaluation)
สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550)	(1) การเป็นมืออาชีพ (Professional: Knowledge and Skill) (2) ทักษะคติและพฤติกรรม (Attitude and Behavior) (3) การเข้าถึงง่ายและการอำนวยความสะดวก (Position and Facilities) (4) ความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือ (Trust and Assurance) (5) การแก้ไขสถานการณ์ให้สู่ภาวะปกติ (Applied) (6) ชื่อเสียง (Branding)

ที่มา: จากการสังเคราะห์ข้อมูลในการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย อ้างอิงจาก Albrecht (1988); Zeithsmil and Bitner (1996); จินตนา บุญบงการ (2539); วิทยา ด้านธำรง (2547) และ สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550)

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบของการบริการที่เป็นเลิศ ที่จะต้องอาศัยกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้รับบริการรายเดิมและรายใหม่ นำไปสู่เพิ่มรายรับแก่องค์กรและภาพลักษณ์ที่เหนือกว่าคู่แข่งขึ้น สิ่งสำคัญประการแรกมาจากตัวของผู้ประกอบการที่จะต้องมีความวิสัยทัศน์แห่งการบริการ สามารถนำไปใช้เป็นแผนแม่บทหรือนโยบายหลักในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงาน โดยจะต้องเปิดใจรับฟังความเห็นของผู้รับบริการเกี่ยวข้องผิดพลาดของ

การบริการ ในส่วนของพนักงานบริการจำเป็นต้องมีทักษะการบริการรอบด้าน เช่น ทักษะการสื่อสาร ทักษะด้านการคิดวิเคราะห์ เพื่อจัดการข้อร้องทุกข์ของผู้รับบริการในรูปแบบต่างๆ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาศักยภาพทางการบริการได้ รวมถึงการออกแบบสถานที่ในการให้บริการ บางครั้งอาจจะต้องยอมเสียสละนโยบายบางประการที่เคยกำหนดไว้ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากพฤติกรรมของผู้รับบริการมีความต้องการที่แตกต่างกัน การอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ จำเป็นจะต้องทบทวนประวัติภูมิหลังและรายละเอียดอื่นๆ ซึ่งสามารถพิจารณาความพึงพอใจและมูลค่าที่ผู้รับบริการคาดหวังจะได้รับ จากการทบทวนวรรณกรรมจะพบว่า ความเอาใจใส่ของพนักงานบริการและผู้ประกอบการเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องยึดถือปฏิบัติร่วมกันให้เป็นส่วนหนึ่งของพันธกิจขององค์กร

3.3 วิธีการสร้างการบริการที่เป็นเลิศ

การบริการที่เป็นเลิศจำเป็นต้องอาศัยแรงงานจากพนักงานบริการ ควบคู่กับอุปกรณ์ และเครื่องมือที่ทันสมัย ซึ่งพนักงานบริการจะต้องมีความกระตือรือร้นที่ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ ภายใต้นโยบายที่รัดกุม สำหรับแนวคิดของสิทธิชัย ศรีเจริญประมง (2556: 49) นำเสนอหลักการสร้างการบริการที่เลิศ (Service Excellent) โดยพนักงานบริการเป็นส่วนสำคัญที่จะต้องสร้างกระบวนการให้บริการที่ดีเลิศในทุกจุดสัมผัสของแต่ละขั้นตอน (Service Touchpoint) พร้อมกับการตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับบริการ เพื่อการเก็บรักษากลุ่มผู้รับบริการรายเก่าให้กลับมาใช้บริการซ้ำในครั้งต่อไป โดยการศึกษาพฤติกรรมเชิงลึก เพื่อนำไปกำหนดวิสัยทัศน์การให้บริการ (Guest-ology) ใช้สำหรับเป็นยุทธศาสตร์สำหรับการแข่งขัน ในขณะที่ผลการศึกษาของ เอกชัย ศิริสกุลชัย และ ฉัฐวัฒน์ ลิ้มปัสพงษ์ (2557: 2154) ได้เสนอให้ผู้ประกอบการควรส่งเสริมบุคลากรในองค์กร ด้วยเทคนิคการจัดการความรู้ เพื่อยกระดับความรู้ความสามารถในการหน้าที่เพิ่มเติมต่อไปในอนาคต เริ่มต้นจากการส่งบุคลากรไปฝึกอบรมเกี่ยวกับการบริการภายนอกองค์กร เพื่อเปิดมุมมองการปฏิบัติงานจากหน่วยงานอื่นๆ จากนั้นผู้ประกอบการจะผลักดันให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน ระหว่างพนักงานในองค์กร โดยมีกระบวนการสร้างความเป็นเลิศในงานบริการสามารถอธิบายตามแนวคิดของ นุชรัตน์ สิริประภาวรรณ (2551: 16) กับบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และ พรภัทรวดี วงศ์ปันทะนัน (2557: 222) ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงกระบวนการสร้างการบริการที่เป็นเลิศ

นุชรัตน์ สิริประภาวรรณ (2551)	บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และ พรภัทรวดี วงศ์ปันทะนัน (2557)
(1) การรู้จักตนเอง (Self-Awareness) (2) การจินตนาการ (Imagination)	(1) การกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้เกิดแรงผลักดันในคุณภาพบริการ (2) การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาปรับปรุงกระบวนการบริการ

ตารางที่ 7 แสดงกระบวนการสร้างการบริการที่เป็นเลิศ (ต่อ)

นุชรัตน์ สิริประภาวรรณ (2551)	บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และ พรภักทรวดี วงศ์ปิ่นทะนัน (2557)
(3) การใช้วิจารณ์ญาณ (Conscious) (4) การยึดถือความมุ่งมั่นที่เป็นอิสระ (Independent Will)	(3) การใช้วิธีการประเมินคุณภาพบริการ สามารถอ้างอิงจากมาตรฐานความถูกต้องของ องค์กร (4) การประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการ หลังใช้บริการ (5) การฝึกอบรมบุคลากรให้ตรงตามเป้าหมาย ขององค์กร

ที่มา: จากสังเคราะห์ข้อมูลในการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย อ้างอิงจาก นุชรัตน์ สิริประภาวรรณ (2551); บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และพรภักทรวดี วงศ์ปิ่นทะนัน (2557)

จากตารางที่ 7 แสดงกระบวนการสร้างความเป็นเลิศในการบริการที่จะต้องอาศัยหลักการวิเคราะห์ทบทวนนโยบายขององค์กรให้เกิดความสอดคล้องกับบริบท รวมถึงการอ้างอิงจากมาตรฐานความถูกต้องขององค์กรที่มีมาตรฐานตามหลักสากล เพื่อควบคุมกระบวนการหรือขั้นตอนต่างๆ ให้เป็นไปตามนโยบายขององค์กรอย่างเคร่งครัด ช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานและระยะเวลาการปฏิบัติหน้าที่ โดยผู้ประกอบการจะใช้ทักษะการคิดวิเคราะห์อย่างต่อเนื่อง พร้อมกับการพิจารณาสมรรถนะของพนักงานบริการ ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องสามารถกำหนดรูปแบบการฝึกอบรมพัฒนาที่มีความท้าทาย เพื่อยกระดับทักษะการบริการแบบมืออาชีพ นอกจากนี้ การใช้เครื่องมืออุปกรณ์ที่มีความทันสมัยจะช่วยอำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานบริการ อย่างไรก็ตาม การเพิ่มประสิทธิภาพทางการบริการ พิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบทางการบริการ (อนุศักดิ์ ฉิ้นไพศาล, 2558: 97-99) มีจำนวน 4 ปัจจัย ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการต่างๆ ขององค์กร ประกอบด้วย ปัจจัยเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม (Environment Factors) พิจารณาได้จากทำเลที่ตั้งของกิจการในตัวเมืองหรือนอกตัวเมือง รวมถึงการวิเคราะห์สภาพเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองของท้องถิ่น สำหรับปัจจัยเกี่ยวกับองค์กร (Organization Factors) เป็นทรัพยากรภายในองค์กรที่สนับสนุนให้เกิดมูลค่า เริ่มต้นจากขนาดของกิจการ การกำหนดโครงสร้างองค์กร การมอบหมายภาระหน้าที่ขอบเขตงาน การกำหนดรูปแบบการเสริมสร้างแรงจูงใจแก่บุคลากร สำหรับปัจจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการ (Management Factors) เป็นขั้นตอนการปฏิบัติงานตามนโยบายหรือเป้าหมายขององค์กร การสร้างวัฒนธรรมองค์กร การประเมินผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงาน และปัจจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรภายในองค์กร (Employee Relation Factors) การสร้างความเชื่อมั่นศรัทธาองค์กรและการปฏิบัติงานเป็นทีมหรือกลุ่ม

จากการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าการบริการที่เป็นเลิศ หมายถึง ขั้นตอนการปฏิบัติงานของบุคลากรผู้ให้บริการตามเป้าหมาย

ขององค์กร ที่จะต้องสามารถตอบสนองความพึงพอใจที่มีต่อผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี สำหรับหน้าที่ของผู้ควบคุมการปฏิบัติงานจะต้องคำนึงถึงแนวทางการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีคุณลักษณะแบบมืออาชีพมีองค์ประกอบของการสร้างการบริการที่เป็นเลิศ มีความหลากหลายตามแนวคิดของนักวิชาการแต่ละท่าน สำหรับในธุรกิจบริการประเภทที่พักแรม อาจจะต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้องกับพนักงานบริการเป็นหลัก ซึ่งจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติ 3 ประการ ได้แก่ (1) มีทัศนคติที่ดีต่องานบริการและการสร้างมนุษยสัมพันธ์อย่างสุภาพอ่อนโยน (2) มีทักษะความชำนาญทางวิชาชีพ (3) มีความเอาใจใส่ที่ดีต่อรายละเอียดของผู้รับบริการ (4) มีทักษะการคิดวิเคราะห์สามารถคาดคะเนและแก้ปัญหาเฉพาะหน้า นอกจากนี้ ปัจจัยรองที่เกี่ยวกับข้อกบ้นโยบายขององค์กรและแนวทางการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ เช่น การกำหนดมาตรฐานการบริการ การกำหนดงบประมาณดำเนินงาน การกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย เป็นต้น ทั้งแนวทางการบริการที่เป็นเลิศสามารถวัดผลความสำเร็จได้จากการได้รับการยอมรับและคำชื่นชมของผู้รับบริการ ซึ่งในขณะเดียวกันยังแสดงให้เห็นถึงกระบวนการที่มีประสิทธิภาพโดยผู้ควบคุมการปฏิบัติงานสามารถประเมินผลลัพธ์ได้ในแต่ละรอบการปฏิบัติงาน

4. คุณภาพบริการ

คุณภาพบริการเป็นแนวทางการกำกับควบคุมกระบวนการส่งมอบสินค้าและบริการจากพนักงานบริการถึงผู้รับบริการ ภายใต้เงื่อนไขของระยะเวลาการส่งมอบที่ตรงต่อเวลา เนื่องจากเป็นสินค้าและบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถสัมผัสจับต้องได้ อีกทั้งต้องอาศัยการพิจารณาประเภทของสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ เพื่อสนับสนุนให้เกิดความพึงพอใจในระดับสูงสุดที่จะเกิดขึ้นหลังสิ้นสุดกระบวนการให้บริการแต่ละครั้ง (Gronroos, 1990)

4.1 ความหมายของคุณภาพบริการ

คุณภาพบริการ (Service Quality) หมายถึง วิธีการวัดระดับคุณภาพการให้บริการที่ส่งมอบบริการให้กับผู้รับบริการ ที่จะต้องมีความสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการได้ดี ดังนั้นการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพจะต้องมุ่งเน้นให้เกิดความสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการอย่างสม่ำเสมอทุกที่ทุกเวลา (Lewis and Booms, 1983) คำนิยามของคุณภาพบริการได้รับการยอมรับเป็นแนวคิดทฤษฎีที่ทรงอิทธิพลไปทั่วทุกมุมโลก จากแนวคิดของพาราซูไรมาน และคณะ (Parasuraman et al., 1985) ซึ่งกำหนดให้คุณภาพบริการ หมายถึง การประเมินผลการส่งมอบบริการที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติหน้าที่ของผู้ให้บริการ ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจะต้องให้ความสำคัญกับคุณสมบัติที่แท้จริงของสินค้าและบริการ รวมถึงวิธีการใช้งานที่ถูกต้องและประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ สำหรับซีแทมล์และคณะ (Zethaml et al., 1990) อธิบายว่า คุณภาพบริการ หมายถึง การวิเคราะห์ความแตกต่างความคาดหวังของผู้รับบริการก่อนรับบริการ และการรับรู้เกี่ยวกับประสิทธิภาพของกระบวนการให้บริการหลังจากการรับบริการไปแล้ว ในขณะที่กิดูและกิฟเฟอร์รี (Gi-Du and Jeffrey, 2004) ได้บัญญัตินิยามศัพท์ของคุณภาพบริการ หมายถึง กระบวนการจัดการองค์ประกอบหรือสินทรัพย์ประเภทต่างๆ ภายในองค์กร เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในมุมมองของผู้รับบริการ ที่จะต้องแสดงออกถึงความเอาใจใส่ในการแก้ไขข้อผิดพลาด ตลอดจนคาดคะเน

ความเสียหายที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในระหว่างการให้บริการผ่านมุมมองการรับรู้ของผู้รับบริการ สอดคล้องกับความหมายของสวีเนียร์ (Sweeney et al, 1997) ที่กำหนดให้ความหมายของคุณภาพบริการในเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยเพิ่มโอกาสทางการตลาด เป็นเครื่องมือสำหรับตรวจสอบความคิดเห็นของผู้รับบริการหลังจากที่ได้รับจากสินค้าและบริการ ซึ่งอาจส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำในครั้งต่อไป ทั้งนี้ คุณภาพบริการ คือ วิธีที่ช่วยสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร รวมถึงการเป็นแนวทางการสร้างมูลค่าการบริการในระดับที่สูงขึ้น เป็นเครื่องมือทางการตลาดร่วมสมัยที่ให้ความสำคัญกับความรู้สึกของผู้รับบริการที่มีความเชื่อมโยงกับประสบการณ์ในครั้งก่อน (Aydin et al., 2013: 305)

อย่างไรก็ตาม คุณภาพบริการในมุมมองของ อัจฉราพรรณ นาครักษ์ (2553: 16-18) อธิบายต้นกำเนิดของความหมายของคุณภาพบริการ เกิดมาจากการที่ผู้รับบริการตระหนักถึงคุณค่าและความเชื่อมั่นในการบริการ โดยกระบวนการผลิตภายใต้มาตรฐานเดียวกันทั้งหมด พร้อมกับการพิจารณาความคาดหวังของผู้รับบริการและประสบการณ์ที่เคยได้รับมาแล้วในครั้งก่อน รวมถึงรูปแบบของสินค้าและบริการของคู่แข่งที่มีศักยภาพที่ใกล้เคียงกัน สำหรับความหมายของ พรประภา ไชยอนุกุล (2557) ได้นิยามคุณภาพบริการในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการคาดคะเนถึงแนวโน้มการกลับมาใช้ซ้ำในครั้งต่อไป ภายใต้เงื่อนไขที่องค์กรได้กำหนดเอาไว้ในตอนแรก ร่วมกับการให้ความสำคัญในเรื่องการประหยัดต้นทุนการดำเนินงานให้มากที่สุด และการตรวจสอบความพึงพอใจในสินค้าและบริการจากผู้รับบริการแต่ละราย เพื่อนำข้อบกพร่องที่ได้รับจากการแสดงความคิดเห็นที่สามารถนำไปปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการต่อไป จากความหมายข้างต้นสอดคล้องกับนิยามของ อรทัย เลิศวรรณวิทย์ และณัฏช กุศลธน์ (2554) ที่นำเสนอความหมายคุณภาพบริการในกลุ่มธุรกิจบริการ คือ การประเมินความพึงพอใจจากผู้รับบริการ เพื่อยืนยันความสำเร็จของกิจการในแต่ละลำดับขั้นตอนการให้บริการ เป็นเครื่องมือสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ สามารถใช้ประกอบการมาตรฐานควบคุมให้เกิดสินค้าและบริการที่มีความเหมาะสม ซึ่งในขณะเดียวกันคุณภาพบริการยังหมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นจากผู้รับบริการในเชิงพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมกับผู้ให้บริการที่ปรากฏในลักษณะของกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ ที่มีลักษณะที่ไม่สามารถสัมผัสจับต้องได้ยาก อีกทั้งยังไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ เช่น ความรวดเร็ว ความเสมอภาค ความมีมนุษยสัมพันธ์ เป็นต้น (อุไร ดวงระหว่า, 2554) เช่นเดียวกับคุณภาพบริการในมุมมองของ ภาวัต วรรณภิน (2553) ทำหน้าที่เป็นตัวชี้วัดการบริการจากตัวของผู้ให้บริการที่ทำหน้าที่ในการส่งมอบสินค้าและบริการ หรือเป็นการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างการรับรู้ ความคาดหวัง และการตอบสนองของผู้รับบริการ จำเป็นต้องประสานความร่วมมือในการศึกษาความพร้อมของกิจการ เพื่อจัดเตรียมการบริการให้เกิดความพร้อมอยู่เสมอ

4.2 ความสำคัญของคุณภาพบริการ

คุณภาพบริการสามารถนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายแห่งความสำเร็จ ซึ่งถูกกำหนดไว้เป็นแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถขององค์กรให้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม โดยให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าจากผู้รับบริการในระดับที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เริ่มต้นจากการลงทุนเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้

มีลักษณะทางกายภาพที่มีความเหมาะสมกับการบริการ ควบคู่กับการสรรหาวัสดุอุปกรณ์หรือเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย และทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสุภาพอ่อนโยน ซึ่งเป็นรูปแบบกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้เหนือกว่าคู่แข่งรายอื่น ตลอดจนการจัดการจัดการคุณภาพบริการจะต้องปฏิบัติตามคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ ภายใต้เงื่อนไขของระยะเวลาที่รวดเร็ว รวมถึงการศึกษาความต้องการของผู้รับบริการ เพื่อสร้างการบริการที่สามารถตอบสนองพฤติกรรมได้อย่างแม่นยำ (ขนิษฐา เชียงแสน 2553: 18-19) ในขณะที่ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และ พรภักทรวดี วงศ์ปิ่นทะนัน (2557) ได้อธิบายความสำคัญของคุณภาพบริการในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ถูกแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ (1) คุณภาพบริการระดับบุคคลที่ผู้ให้บริการจะได้รับการยกย่องชื่นชมในทักษะการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจพร้อมใจ รวมถึงคำวิพากษ์วิจารณ์ที่จะต้องนำกลับไปปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงาน (2) คุณภาพบริการระดับองค์กรเกี่ยวกับการบอกต่อและการได้รับความไว้วางใจจากผู้รับบริการ รวมถึงจากการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการที่ส่งผลสืบเนื่องจากผลกำไรที่สูงขึ้นตามไปด้วย (3) คุณภาพบริการระดับประเทศชาติ เป็นการแสดงออกถึงการยอมรับถึงศักยภาพทางการให้บริการจากกลุ่มคนภายนอกองค์กร ประกอบด้วย กลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายหลัก และกลุ่มที่อื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น พันธมิตรทางการค้า คู่แข่งขัน ผู้ขายปัจจัยการผลิต ภาครัฐบาล เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม คุณภาพบริการช่วยผลักดันชื่อเสียงของกิจการให้เป็นที่ยอมรับจากกลุ่มผู้รับบริการที่มาใช้บริการในปัจจุบัน เกิดการบอกต่อไปยังกลุ่มผู้รับบริการรายใหม่ให้เกิดความสนใจในสินค้าและบริการเพิ่มมากยิ่งขึ้น รวมถึงความน่าเชื่อถือทางด้านการลงทุนจากกลุ่มบุคคลภายนอกที่มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานของกิจการ โดยภาพลักษณ์ขององค์กรที่แสดงออกมากจะต้องเชื่อมโยงเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์สินค้าและบริการรูปแบบใหม่ ที่มีความแตกต่างจากท้องตลาดโดยทั่วไป พร้อมกับทักษะความรู้ของผู้ให้บริการและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มผู้รับบริการอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งความสำคัญของคุณภาพบริการเป็นสิ่งจำเป็น ที่จะต้องนำไปใช้ในการออกแบบสินค้าให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่กระบวนการออกแบบ การผลิตสินค้าและบริการ ตลอดจนวิธีการส่งมอบบริการ นอกจากนี้ คุณภาพบริการมีส่วนช่วยในการประเมินสถานการณ์ทางการแข่งขัน ร่วมกับการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้รับบริการจากระสนิยมความชอบส่วนบุคคล (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2545) ภาพรวมคุณภาพบริการมีส่วนช่วยให้ธุรกิจเข้าใจคุณสมบัติของสินค้าที่ผู้รับบริการต้องการเชิงลึก เพื่อเสริมสร้างทักษะการปฏิบัติหน้าที่ของผู้ให้บริการเกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด ซึ่งนำไปสู่การบริการที่มีความโดดเด่นเหนือความคาดหวังและเกิดความพึงพอใจสูงสุด ทั้งนี้ คุณภาพบริการยังมีส่วนช่วยในการสร้างหลักประกันที่มีความน่าเชื่อถือภายใต้แนวความคิดการบริการที่เป็นเลิศภายในมุมมองของผู้รับบริการ และมีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาทุนมนุษย์ให้เกิดความพร้อมต่อการเป็นแรงงานที่สำคัญในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว (สิทธิชัย ศรีเจริญประมง, 2556)

4.3 มิติของคุณภาพบริการ

การวัดระดับความคาดหวังของผู้รับบริการจะเพิ่มสูงขึ้นตามมูลค่าที่จ่ายไป โดยผู้ให้บริการจะต้องประเมินกระบวนการต่างๆ ในแต่ละขั้นตอนให้ชัดเจน รวมถึงการใช้เครื่องมืออุปกรณ์สนับสนุนการให้บริการ ตลอดจนทักษะการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการที่แสดงออกมาให้เห็นถึงคุณภาพ

บริการ ซึ่งจะต้องสามารถสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการได้อย่างสม่ำเสมอ และผู้ประกอบการสามารถตรวจสอบความพึงพอใจด้วยวิธีการวัดมิติของคุณภาพบริการด้วยองค์ประกอบที่หลากหลายสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงแนวคิดเกี่ยวกับมิติของคุณภาพบริการ

Parasuraman et al. (1985)	จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2556)	กัตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2557)
(1) ความน่าเชื่อถือ (2) การตอบสนอง (3) ความสามารถของผู้ให้บริการ (4) ความสะดวกในการเข้าถึง (5) การแสดงออกถึงมารยาท (6) การติดต่อสื่อสาร (7) ความซื่อสัตย์ (8) ความปลอดภัย (9) การเรียนรู้ผู้รับบริการ (10) รูปลักษณ์	(1) ความน่าเชื่อถือ (2) ความมั่นใจ (3) การตอบสนอง (4) ความเอาใจใส่ (5) รูปลักษณ์	(1) ความน่าเชื่อถือ (2) ความมั่นใจ (3) การตอบสนอง (4) ความเอาใจใส่ (5) ความมีตัวตน (6) ความสะดวกสบาย (7) ความรวดเร็ว

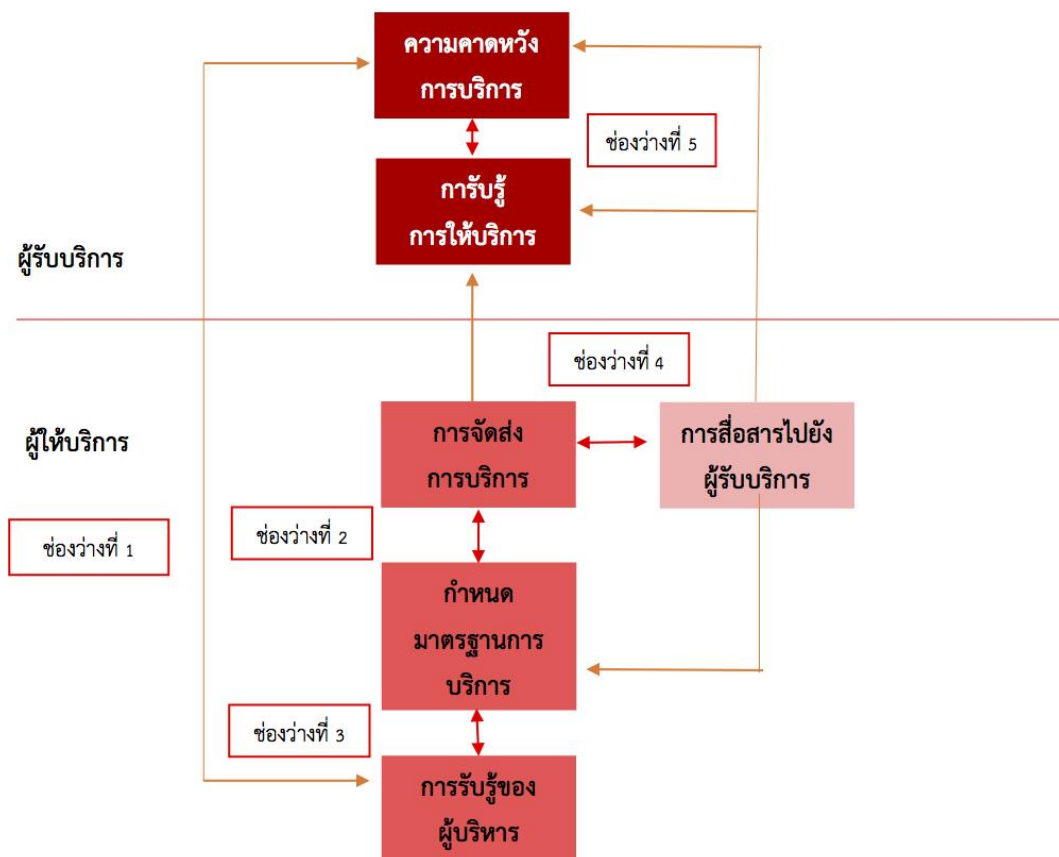
ที่มา: จากการสังเคราะห์ข้อมูลในการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย อ้างอิงจาก Parasuraman et al. (1985); จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2556); กัตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2557)

จากตารางที่ 8 แสดงแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการขององค์กร สามารถตรวจสอบศักยภาพขององค์ประกอบต่างๆ ถูกบัญญัติเป็นคำโดยใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษว่า SERVQUAL เริ่มต้นจากการกำหนดนโยบายมาตรฐานการปฏิบัติงานที่ต้องคำนึงสิ่งสำคัญที่ช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ เช่น ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย การติดต่อประสานงานภายในและภายนอกองค์กร เป็นต้น รวมถึงการพัฒนาทักษะความสามารถของพนักงานที่ทำหน้าที่คอยให้บริการในแต่ละตำแหน่งงาน ตลอดจนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานภายในองค์กรให้มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม พร้อมความสะอาดและความมีระเบียบเรียบร้อย ในขณะที่ อริสรา เสยานนท์ (2558: 156-157) อธิบายถึงความเหมาะสมของมิติคุณภาพบริการในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวโดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กสามารถใช้แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการเพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการ ถูกบัญญัติเป็นคำใหม่โดยใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษว่า RATER ประกอบด้วย (1) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) เป็นกระบวนการให้บริการตามเงื่อนไขที่ได้ให้คำมั่นสัญญาไว้กับผู้รับบริการ พร้อมกับการแจ้งให้ผู้รับบริการทราบล่วงหน้าเมื่อเกิดข้อผิดพลาด หรือการล่าช้าเนื่องการบริการที่เกิดการเปลี่ยนแปลง

(2) ความมั่นใจ (Assurance) เป็นการแสดงถึงหลักการรับประกันที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ หรือหมายถึง การแสดงออกถึงความรู้ความสามารถและทัศนคติของผู้ให้บริการภายใต้หลักคุณธรรมจริยธรรมในการปฏิบัติงาน (3) รูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangible) ที่ผู้รับบริการสามารถสัมผัสจับต้องได้โดยใช้ด้วยประสาทสัมผัส เช่น อุปกรณ์ที่ทันสมัยหรือเทคโนโลยีขั้นสูงที่ใช้งานได้ง่าย สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความสวยงาม บุคลิกภาพของพนักงานผู้ให้บริการที่แสดงออกถึงความเป็นมืออาชีพ เป็นต้น (4) ความเอาใจใส่ (Empathy) เป็นการแสดงออกถึงความเข้าใจพฤติกรรมของผู้รับบริการแบบรายบุคคล โดยจะต้องสามารถจัดสรรบริการให้สอดคล้องกับความต้องการภายในระยะเวลาที่ผู้รับบริการยินยอม (5) การตอบสนอง (Responsiveness) โดยใช้ระยะเวลาเป็นสิ่งที่ควบคุมกระบวนการปฏิบัติงานในแต่ละขั้นตอน และผู้ให้บริการจะต้องแสดงออกถึงความกระตือรือร้นอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ มิติของคุณภาพบริการจะต้องปรับเปลี่ยนนโยบายหลักที่กำหนดทิศทางการปฏิบัติงาน ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องประเมินศักยภาพของคู่แข่งชั้นรวมถึงกลุ่มสินค้าและบริการที่สามารถทดแทนได้ในบริเวณทำเลที่ตั้งเดียวกัน

4.4 การจัดการช่องว่างคุณภาพบริการ

ธุรกิจทุกประเภทในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวจะต้องเผชิญปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ ถูกกำหนดในลักษณะของแบบจำลองช่องว่างการให้บริการ (Gap Model) มีส่วนช่วยปรับปรุงกระบวนการบริการที่บกพร่องอันเกิดจากปัจจัยภายในองค์กร เช่น การประสานงาน การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ การกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมายและการศึกษาพฤติกรรม การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย เป็นต้น ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการช่องว่างคุณภาพบริการเกิดขึ้นมาจากการศึกษาในบทความวิจัยของซีแฮมท์และคณะ (Zethaml et al., 1990) ซึ่งถูกใช้เป็นตัวแบบการแก้ไขปัญหาระดับการจัดการเชิงกลยุทธ์ ในขณะที่คอตเลอร์ (Kotler, 2000) อธิบายเกี่ยวกับการจัดการช่องว่างคุณภาพบริการ เป็นแนวทางการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการรายเก่าในระยะยาว โดยจะต้องออกแบบกระบวนการต่างๆ ตามระดับความคาดหวัง เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ กนกพร ลีลาเทพินธ์ และคณะ (2554) และ ภัทรา ภัทรมโน (2556: 9) พบว่า การพิจารณามุมมองของผู้รับบริการจะต้องเฝ้าระวังไม่เกิดช่องว่างระหว่างที่ตนเองอยู่ในสถานประกอบการ ควบคู่กับการคำนึงถึงขั้นตอนการบริการให้มีความสัมพันธ์กันโดยเชื่อมโยงอย่างเป็นระเบียบ อาศัยอุปกรณ์หรือเครื่องมือที่สามารถอำนวยความสะดวก และใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสอบถามความคิดเห็นโดยตรงจากผู้รับบริการ สอดคล้องกับแบบจำลองช่องว่างการให้บริการทั้ง 5 ด้านของพาราสุรามานและคณะ (Parasuraman et al., 1985) ที่ใช้เป็นกรณีศึกษาในธุรกิจโรงแรม ดังภาพที่ 9



ภาพที่ 9 แบบจำลองช่องว่างการให้บริการ
ที่มา: ดัดแปลงจาก พาราสุรามานและคณะ (Parasuraman et al., 1985)

จากภาพที่ 9 พบว่า แบบจำลองช่องว่างการให้บริการเป็นเครื่องมือที่ใช้ประเมินคุณภาพของสินค้าและบริการ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับระดับความคาดหวังของผู้รับบริการ ในกรณีที่สินค้าและบริการถูกผลิตออกมาด้วยคุณภาพที่สูงกว่าความคาดหวัง ผู้รับบริการจะรับรู้ถึงคุณภาพของสินค้าและบริการอยู่ในระดับสามารถยอมรับได้ แต่ในกรณีที่สินค้าและบริการถูกผลิตออกมาด้วยคุณภาพที่ต่ำกว่าความคาดหวัง ผู้รับบริการจะเกิดความไม่พึงพอใจและภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อสินค้าและบริการ ส่งผลให้ความห่างของช่องว่างในแบบจำลองแต่ละส่วนขยายกว้างมากยิ่งขึ้น ได้แก่ (1) ช่องว่างที่ 1 ความคาดหวังของผู้รับบริการ (Listening Gap) เป็นช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการและการรับรู้ของผู้ประกอบการ จำเป็นต้องค้นหาความคาดหวังของผู้รับบริการโดยตรง เช่น การสอบถามความคิดเห็น การทำวิจัยทางการตลาดเกี่ยวกับพฤติกรรม การสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับบริการ เป็นต้น (2) ช่องว่างที่ 2 การออกแบบมาตรฐานการบริการ (Design and Standards Gap) เป็นช่องว่างที่จำเป็นต้องออกแบบกระบวนการให้บริการ โดยการกำหนดมาตรฐานการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ รวมถึงธรรมเนียมการ

ปฏิบัติงานให้เกิดความเหมาะสม (3) ช่องว่างที่ 3 การบริหารศักยภาพของการบริการ (Service Performance Gap) เป็นช่องว่างที่จะต้องพัฒนาความสามารถในการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น มุ่งเน้นการส่งเสริมทักษะความรู้เกี่ยวกับภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย รวมถึงมีทัศนคติที่มีต่อผู้รับบริการและองค์กรของตนเอง (4) ช่องว่างที่ 4 การสื่อสาร (Communication Gap) เป็นช่องว่างที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเครื่องมือการสื่อสารภายนอกองค์กรด้วยกลยุทธ์ทางการตลาด สามารถใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายหลากหลายรูปแบบเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้รับบริการ (5) ช่องว่างที่ 5 ความต้องการของผู้รับบริการ (Customer Gap) เป็นช่องว่างที่เกิดขึ้นหลังจากการบริการไม่เป็นตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันไปตามพฤติกรรมของผู้รับบริการแต่ละบุคคล ทั้งนี้ การจัดการแบบจำลองช่องว่างการให้บริการ สามารถนำแนวคิดมิติของคุณภาพบริการ RATER ทั้ง 5 มิติ เข้ามาช่วยลดช่องว่างในแต่ละส่วน เพื่อสนับสนุนให้กระบวนการบริการเกิดความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น

จากการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นที่เกี่ยวกับคุณภาพบริการ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า คุณภาพบริการ หมายถึง แนวทางการพัฒนามาตรฐานการปฏิบัติงานภายในองค์กรด้วยวิธีการที่หลากหลาย โดยจะต้องอาศัยทรัพยากรมนุษย์ที่มีทักษะความรู้ความสามารถเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการให้บริการ รวมถึงการศึกษาถึงรูปแบบพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนพร้อมกับการประเมินความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการที่มีต่อสินค้าและบริการแต่ละประเภท เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดเมื่อได้รับสินค้าและบริการที่มีความคุ้มค่าต่อการตัดสินใจซื้อแต่ละครั้ง ซึ่งในขณะที่เดียวกันช่องว่างของคุณภาพบริการจะเกิดขึ้นเมื่อผลลัพธ์ของสินค้าและบริการไม่สามารถสร้างการยอมรับจากกลุ่มผู้รับบริการ การสรรหาวิธีการแก้ไขปัญหาดังกล่าวสามารถทบทวนได้จากมิติของคุณภาพบริการในระดับต่างๆ ด้วย RATER ได้ ประกอบด้วย (1) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) เกิดจากผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้ให้ไว้กับผู้รับบริการอย่างเคร่งครัด (2) ความมั่นใจ (Assurance) เกิดจากผู้ให้บริการจะต้องแสดงหลักฐานหรือกระบวนการบริการที่ผ่านการยอมรับมาแล้ว (3) รูปลักษณะทางกายภาพ (Tangible) เกิดจากผู้ให้บริการปรับแต่งสภาพแวดล้อมทางกายภาพให้มีความสวยงามและสะอาดอยู่เสมอ (4) ความเอาใจใส่ (Empathy) เกิดจากเรียนรู้รูปแบบพฤติกรรมของผู้รับบริการแต่ละบุคคลที่มีความแตกต่างกัน สามารถเชื่อมโยงประสบการณ์จากครั้งที่ผ่านมา และ (5) การตอบสนอง (Responsiveness) เกิดจากทักษะของผู้ให้บริการที่สามารถส่งมอบสินค้าและบริการ โดยคำนึงถึงความสะดวกสบายภายในระยะเวลาการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรวดเร็ว

5. ความเอาใจใส่

ความเอาใจใส่เกิดจากบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว จากแนวคิดของคอสต้าร์ และกินเนียร์ (Costa and Gliniaia, 2003) ได้อธิบายว่า พนักงานบริการเป็นแรงงานสำคัญของกลุ่มธุรกิจ ควรพัฒนาความสามารถของพฤติกรรมการเป็นผู้เอาใจใส่ที่ดี สามารถศึกษาด้วยวิธีการวิจัยในอนาคตและการฝึกอบรมรูปแบบใหม่ เช่น การกำหนดแนวทางการปฏิบัติ การทดสอบการพัฒนาขีดความสามารถในอนาคต เป็นต้น

5.1 ความหมายของความเอาใจใส่

ความเอาใจใส่ หรือ Empathy ในภาษาอังกฤษ จากการรวบรวมนิยามการให้ความหมายตามนักวิชาการที่แตกต่างกันออกไป ได้แก่ ความเข้าอกเข้าใจผู้อื่น ความเอาใจใส่ ความรู้สึกร่วม และความพยายามเรียนรู้ความรู้สึก สำหรับผู้วิจัยได้กำหนดความหมายของคำว่า Empathy หมายถึง ความเอาใจใส่ผู้อื่น เพื่อเกิดความครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีรายละเอียดต่างๆ เริ่มต้นจากนิยามของโรเจอร์ (Roger, 1951) บิดาแห่งนักจิตวิทยาได้กำหนดความหมายของ ความเอาใจใส่ หรือ ความเข้าอกเข้าใจ (Empathy) หมายถึง การรับรู้เข้าใจถึงอารมณ์และความรู้สึกของผู้อื่น เหมือนกับการสวมบทบาทเป็นบุคคลคนนั้น ในขณะที่ ทิชเชอร์แมน (Ticherman, 1909) อธิบายว่า รากศัพท์ที่แท้จริงของความเอาใจใส่ หรือ Empathy มีต้นกำเนิดที่แปลมาจากภาษาเยอรมันคำว่า Einfühlung ที่มีความหมายเกี่ยวกับการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น โดยการปกป้องตัวเองให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมที่สังเกตได้ สอดคล้องกับโกลแมนท์ (Goleman, 1995: 27) ได้นิยามความหมายของ ความเอาใจใส่ เป็นวิธีการแสดงออกถึงความรู้สึกร่วมทางความคิด การวิเคราะห์ความต้องการส่วนบุคคล และความปรารถนาดีกับผู้อื่นรอบข้าง เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้อื่นได้อย่างแม่นยำ สำหรับมุมมองของกลุ่มนักวิชาชาวต่างชาติ ได้แก่ สเคชแมน และคณะ (Suchamann et al., 2014) สามารถอธิบายความหมายของ Empathy คือ ความสามารถในการสัมผัสถึงอารมณ์ ความรู้สึกและปฏิกิริยาตอบกลับโดยใช้สติปัญญา พร้อมกับการนำอารมณ์เข้าไปมีส่วนร่วมกับความรู้สึกของผู้อื่น สามารถสื่อสารออกมาได้อย่างเข้าใจและถูกต้องตามความต้องการ ประกอบกับแนวคิดของบอสตัน และคณะ (Batson et al., 1987) อธิบายว่า ความเอาใจใส่เป็นความสามารถในการสร้างความเข้าใจทางสังคม เกิดการแบ่งปันความเข้าใจ ความเศร้าสลดใจ ซึ่งในขณะเดียวกันสามารถสร้างแรงจูงใจให้เกิดความหวังแก่ผู้อื่น ช่วยลดการเผชิญหน้ากับความเครียด

ตามที่ได้กล่าวเกี่ยวกับความหมายของความเอาใจใส่เพิ่มเติมได้จาก นันทนา วงษ์อินทร์ (2543: 143) ที่นำเสนอว่าความเอาใจใส่ เป็นทักษะทางสังคมเพื่อสร้างความร่วมรู้สึกระดับอารมณ์เดียวกับผู้อื่น โดยจะต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจผู้อื่นและปรากฏการณ์แวดล้อม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการปรับอารมณ์ให้สอดคล้องกับอารมณ์ผู้อื่น เกิดความสุขในการดำเนินชีวิตทั้งในครอบครัว และกลุ่มสังคมที่มีส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆ ในขณะที่ ทศนีย์ สุริยะไชย (2554: 12) มองว่าความเอาใจใส่ หมายถึง การคิดวิเคราะห์ทำความเข้าใจทางความคิดและอารมณ์ความรู้สึกของผู้อื่น โดยใช้วิธีการสมมุติให้ตนเองไปอยู่ในบทบาทของผู้อื่นทางด้านความรู้สึกเชิงบวกและเชิงลบ เพื่อผลักดันให้เกิดความสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของผู้อื่นในสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ ศักดา ปันหนึ่งเพชร (2556: 5-6) ได้อธิบายคำว่า Empathy หมายถึง การแสดงออกถึงความเข้าใจหรือความเห็นใจแก่ผู้อื่น ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของวิธีการสื่อสารที่ลดความขัดแย้งระหว่างบุคลากรภายในองค์กร อาจมีสาเหตุมาจากการกระทำที่ผิดพลาด แต่ผู้กระทำการต้องการความเข้าใจและการให้อภัยจากผู้อื่น โดยจะต้องมีความเข้าใจที่สามารถแสดงออกในลักษณะต่างๆ เช่น การให้กำลังใจ เป็นการทำความเข้าใจกับลักษณะเฉพาะบุคคล ซึ่งเป็นความเห็นใจเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นสามารถที่จะให้อภัยในความผิดที่ได้กระทำลงไป เป็นต้น การสื่อสารที่แสดงถึงความเข้าอกเข้าใจคู่สนทนา จะต้องอาศัยการเข้าไปมีส่วนร่วมกับอารมณ์ของผู้อื่น โดยสามารถรับรู้ถึงภูมิหลังในประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น พิจารณาร่วมกับทัศนคติในเชิงบวก เพื่อให้เกิดความรู้สึกที่ใกล้เคียงกับคู่สนทนา

ถึงแม้ว่ามุมมองนั้นอาจตรงกันข้ามหรือไม่เห็นด้วยก็ตาม การแสดงออกถึงความเข้าใจหรือความเห็นใจแก่ผู้อื่น เป็นการสื่อสารที่สร้างกำลังใจอย่างใกล้ชิด ต้องใช้ทักษะการสื่อสารที่มีความลึกซึ้งกว่าการใช้คำพูดปลอบใจทั่วไป ซึ่งลักษณะของสื่อสารที่ได้กล่าวมามีความคล้ายคลึงกับนิยามของปีทมา โคมุทบุตร (2557: 29) คำว่า Empathy ยังคงมีความหมายที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารที่ทวนซ้ำหลายรอบ มีความแตกต่างจากการสื่อสารทั่วไป โดยให้ความสำคัญกับอารมณ์ของผู้ฟัง สามารถรับได้ว่าเป็นพวกเดียวกัน และลดความวิตกกังวลที่กำลังจะเกิดขึ้น สามารถอธิบายด้วยกลุ่มคำย่อในรูปแบบของคำว่า NURSE หากจำแนกรายตัวอักษร N: Name Emotion หมายถึง พิจารณาถึงความกังวลของคู่สนทนา U: Understand หมายถึง การทำความเข้าใจในสถานการณ์ รวมถึงเรื่องที่เข้าใจยากของคู่สนทนา R: Respect หมายถึง การยอมรับชื่นชมคู่สนทนา S: Support หมายถึง การดูแลในทุกกระบวนการอย่างต่อเนื่อง และ E: Explore หมายถึง การสอบถามความคิดเห็นอื่นๆ เพิ่มเติม

ในขณะที่ ฤดี หลิมไพโรจน์ (2557: 98) ได้อธิบายว่าความเอาใจใส่ หรือความเข้าอกเข้าใจ (Empathy) เป็นหลักในการวางตำแหน่งทางการตลาดโดยใช้ความเข้าใจและเห็นใจผู้รับบริการมาจากการศึกษา ซึ่งพบว่า “ผู้รับบริการแต่ละคนต้องการความเอาใจใส่ที่สร้างขึ้นมาจากความสนใจเฉพาะบุคคลนั้นๆ” สำหรับธุรกิจสายการบินแห่งหนึ่งในประเทศเยอรมัน ได้ตัดสินใจเลือกตำแหน่งทางการตลาดของกิจการให้เป็นสายการบินที่เข้าใจความต้องการของผู้โดยสารแต่ละคนแม้จะมาจากต่างวัฒนธรรม ดังในประโยคที่ว่า “The difference between worldwide and world wise” เพื่อการแสดงออกถึงความพร้อมที่จะยอมรับในความเป็นปัจเจกบุคคล ที่แตกต่างกันตามชาติพันธุ์ ขนบธรรมเนียม และประเพณีในแต่ละภูมิภาค การให้ความหมายของความเอาใจใส่ (Empathy) ยังมีคำนิยามอีกมากมาย ที่แสดงถึงความจำเป็นในธุรกิจบริการที่สามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ว่า ความเอาใจใส่ หมายถึง ความห่วงใยที่ใส่ใจรายละเอียดในตัวผู้รับบริการเป็นรายบุคคล โดยจะต้องอาศัยความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น ที่สามารถแสดงออกให้ผู้รับบริการสัมผัสกับความเป็นกันเอง ใช้ความใกล้ชิดสนิทสนมในการสร้างสัมพันธภาพที่ดี เพื่อเข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการ (กตัญญู หิรัญญูสมบูรณ์, 2557: 48-49) ถูกใช้เป็นส่วนหนึ่งของเครื่องมือในการวัดระดับคุณภาพบริการ เพื่อลดช่องว่างที่คาดว่าจะเกิดขึ้นแก่ผู้ประกอบกับผู้รับบริการ สามารถอธิบายในลักษณะของ 4 มุมมอง ซึ่งเกิดขึ้นตามความคาดหวังของผู้รับบริการและการรับรู้การบริการที่ได้รับจริง ได้แก่ ธุรกิจบริการที่ดีต้องมีความเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล ธุรกิจบริการที่ดีเปิดทำการในเวลาที่ผู้รับบริการความสะดวก ธุรกิจบริการที่ดีจะต้องมีพนักงานผู้ให้บริการที่ใส่ใจความเป็นส่วนตัวของผู้รับบริการ ธุรกิจบริการที่ดีจะต้องใส่ใจผู้รับบริการ ธุรกิจบริการที่ดีจะต้องมีพนักงานที่มีความสามารถในการเข้าใจความต้องการพิเศษของผู้รับบริการ ทั้งนี้ จินห์จุฑา ชัยเสนา ดาลลาส (2558: 15) ให้ความหมายว่าความเอาใจใส่ คือ คุณสมบัตินี้พื้นฐานของมนุษย์ในการดำรงอยู่ร่วมกัน เป็นความสามารถในการนำความรู้สึกถึงความเข้าอกเข้าใจอย่างแท้จริง หรือเป็นการสร้างสัมพันธภาพระหว่างตนเองและผู้อื่น

5.2 ความสำคัญของความเอาใจใส่

อุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวมีหลักการสร้างความเอาใจใส่ให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ คือ การออกแบบกิจกรรมต่างๆ ให้เป็นไปตามความต้องการและประสบการณ์ดั้งเดิมของผู้รับบริการ เนื่องจากพื้นฐานของแนวคิดได้อธิบายเพิ่มเติมว่า มนุษย์ทุกคนมีความทะเยอทะยานต่ออิสระ ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงรสนิยมส่วนบุคคล นิสัยใจคอ ความเต็มใจ รวมถึงการแสดงอารมณ์ของ

ตัวเองออกมา (Reisinger and Steiner, 2006) การทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อจำกัดเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ ซึ่งความเอาใจใส่ของผู้ประกอบการต้องรับรู้อารมณ์ เพื่อให้ได้ประสบการณ์ของผู้รับบริการ (Caton, 2014: 196) ปัญหาที่สืบเนื่องมายาวนานสำหรับการขาดความเอาใจใส่ที่จะศึกษาอารมณ์ที่ส่งผลต่อการรับบริการ เช่นเดียวกับ ร็อบบิ้น (Robinson, 2012) ที่นำเสนอความสำคัญของความเอาใจใส่ คือ กิจกรรมการตั้งอยู่บนพื้นฐานของมนุษย์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ รวมถึงต้องอาศัยการจินตนาการสมมติว่าตนเองเคยได้รับประสบการณ์เช่นเดียวกัน ที่จะต้องเผชิญหน้าทางจริยธรรมในธุรกิจบริการที่פקผู้จัดการโรงแรมต้องให้ความสำคัญกับความเอาใจใส่ผู้รับบริการ เพื่อลำดับระยะเวลาที่เกี่ยวกับภูมิหลังและความต้องการที่มีต่อลักษณะของสถานที่ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้เกิดความสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับบริการ นำไปสู่การสร้างแรงจูงใจและความผูกพันต่อโรงแรมในระยะยาวต่อไป (Barber and Deale, 2014)

ถึงแม้ว่า วรสุภา ชมวงศ์ (2552: 39) ได้นำเสนอข้อดีของความเอาใจใส่ที่เกิดขึ้นจากงานบริการภายในโรงแรม เพื่อลดช่องว่างที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับผู้รับบริการแต่ละราย ซึ่งความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการสามารถสร้างความรู้สึพิเศษแก่ผู้รับบริการ รวมถึงเป็นการสร้างความเข้าใจในสิ่งที่ผู้รับบริการที่คาดหวัง โดยผู้ให้บริการจะได้รับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของโรงแรม ในขณะที่ต้องเลือกใช้วิธีการแสดงความเอาใจใส่ด้วยระดับอารมณ์ที่เป็นกันเองกับผู้รับบริการ จากปรากฏการณ์ดังกล่าวที่เกิดขึ้นในธุรกิจโรงแรมสอดคล้องกับหลักการของความเอาใจใส่ตามแนวคิดของ แวนเดอร์การ์ต และคณะ (Van der Gaag et al., 2007) กล่าวถึง พื้นฐานความต้องการของมนุษย์เชื่อมโยงกับอารมณ์ความรู้สึก ส่งผลให้มนุษย์เกิดความพร้อมที่จะเรียนรู้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่อยู่เสมอ หรือเป็นสภาวะการตอบสนองทางอารมณ์ซึ่งกันและกัน สามารถพัฒนาเป็นการสร้างความเอาใจใส่ให้เกิดประโยชน์ต่อการช่วยเหลือผู้อื่น ความเอาใจใส่จึงเป็นส่วนประกอบของคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรม โดยจะต้องเริ่มต้นพัฒนาจากตัวของพนักงานบริการ ที่ต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้รับบริการแต่ละราย พิจารณาร่วมกับรูปแบบความต้องการที่แตกต่างไปในการดำเนินชีวิต เพื่อสนับสนุนการสร้างคามพึงพอใจในระดับสูงสุด นอกจากนี้ยังสามารถพิจารณาความเอาใจใส่ให้ได้หลากหลายมุมมอง โดยพนักงานบริการต้องสามารถจัดการคำร้องขอต่างๆ ของผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงการใช้วิธีการบันทึกรายละเอียดเกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะของผู้รับบริการเอาไว้ในฐานข้อมูล เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อไปในอนาคต สามารถแบ่งกลุ่มผู้รับบริการและตอบสนองความต้องการที่ชัดเจน

กรณีตัวอย่างของ ศุภลักษณ์ สุริยะ (2556: 45) นำเสนอเกี่ยวกับกลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมจำเป็นต้องจัดสรรโต๊ะทำงาน มีเครื่องมืออุปกรณ์สำหรับการจัดทำเอกสารไว้คอยบริการ ซึ่งในกลุ่มของครอบครัวที่มีบุตรหลานจำเป็นต้องจัดสรรเครื่องเล่นดีวีดีเพื่อความบันเทิง และวิดีโอเกมส์ต่างๆ ภายในห้องพัก และยังคงสอดคล้องกับจิตินันท์ นันทไพบูลย์ (2555: 35) และอริสลา เสยานนท์ (2558: 157) ที่อธิบายเกี่ยวกับความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการจะต้องยึดถือเป็นแนวทางในการจัดเตรียมการให้บริการทั้งการก่อนและหลัง พร้อมกับการให้ความสนใจในความเป็นส่วนตัวของผู้รับบริการ คำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ รวมถึงการบริการตามความต้องการของผู้รับบริการแบบรายบุคคล เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ กาญจนา ทวีนิรันท์ และ แวมมยุรา คำสุข (2558: 161-162) นำเสนอว่า “ความเอาใจใส่” เป็นความสามารถในการดูแลเอาใจ

ใส่ผู้รับบริการตามพฤติกรรมแตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน เป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

นอกจากนี้ ความเอาใจใส่ (Empathy) เป็นส่วนประกอบของความฉลาดทางอารมณ์ สามารถจัดการอารมณ์กับความรู้สึกของตัวเองและผู้อื่น ลดความขัดแย้งระหว่างบุคคล ส่งเสริมมิตรภาพผ่านที่ยาวนาน แสดงออกผ่านคำพูดร่วมกับภาษากายที่เหมาะสม โดยนำความคิดหรือความรู้สึกของผู้อื่นมาพิจารณาในมุมมองการมีประสบการณ์ร่วม (Jolliffe และ Farrington, 2006) ในขณะที่ไซมอนและซาลลี (Simon and Sally, 2004) ความสำคัญของความเอาใจใส่ผู้อื่น เป็นการแสดงสภาวะทางความคิดที่พยายามเข้าใจถึงจินตนาการทางความคิดของผู้อื่น โดยจะต้องคาดเดาพฤติกรรมและประสบการณ์ที่ได้รับการกระตุ้นจากอารมณ์ ช่วยให้เกิดปฏิสัมพันธ์ทางสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ ลดความขัดแย้งที่จะนำไปสู่การทำร้ายจิตใจผู้อื่น คุณสมบัติของความเอาใจใส่ยังเป็นส่วนช่วยสนับสนุนทักษะของพนักงานต้อนรับในโรงแรมที่ประสบปัญหาด้านทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ และความไม่เข้าใจในวัฒนธรรมกับผู้รับบริการชาวต่างชาติ จากมุมมองของพนักงานบริการที่มีทักษะภาษาอังกฤษที่ดี จะสามารถควบคุมการสื่อสารให้เกิดความสุภาพอ่อนโยน ดึงดูดความสนใจของผู้รับบริการได้ แต่ในทางกลับกันสำหรับพนักงานบริการที่มีขีดความสามารถด้านการสนทนาภาษาอังกฤษ อาจเป็นเรื่องยากที่จะโต้ตอบในระดับที่ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจได้ เนื่องด้วยทักษะความรู้ของผู้ให้บริการแต่ละคนต่างกัน การใช้ประสบการณ์จากการทำงาน ร่วมกับความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการจึงเป็นทางออกในการแก้ไขปัญหา ซึ่งสามารถแสดงออกมาในลักษณะของภาษากาย การเขียนสัญลักษณ์ หรือข้อความสั้นๆ บนกระดาน เป็นต้น (วสันต์ กานต์วรรรัตน์, 2557: 12)

อย่างไรก็ตาม คุณสมบัติของพนักงานโรงแรมที่ต้องสร้างความเอาใจใส่ในทุกแผนกตามตัวชี้วัดในงานวิจัยของ รสสุคนธ์ แซ่เฮีย (2556: 76-77) ประกอบด้วย (1) ผู้ให้บริการให้ความใส่ใจผู้รับบริการเป็นรายบุคคล (2) ผู้ให้บริการมีความสุขและเป็นมิตรที่ดี (3) ผู้ให้บริการสามารถจดจำสิ่งที่ผู้รับบริการชอบและไม่ชอบได้อย่างแม่นยำ และ (4) โรงแรมสามารถนำเสนอนโยบายที่ทำให้ผู้รับบริการสามารถรับรู้ถึงความห่วงใยจากพนักงานบริการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ฌักทรี ทิพย์ศรี และคณะ (2556: 17) พบว่า คุณภาพบริการของธุรกิจจัดนำเที่ยว ด้านความเอาใจใส่มีผลกระทบเชิงบวกของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญต่อไป เนื่องจากการคุณลักษณะของมัคคุเทศก์จะต้องคอยให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติแหล่งท่องเที่ยว และจะต้องให้ความสะดวกตลอดการเดินทางตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดการเดินทาง จากผลการศึกษาทั้ง 2 เรื่อง แสดงให้เห็นว่าการสร้างคุณสมบัติความเอาใจใส่แก่พนักงานบริการ จะมีส่วนช่วยให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ

5.3 องค์ประกอบของความเอาใจใส่

จากการทบทวนวรรณกรรมและผลการวิจัย พบว่า องค์ประกอบของความเอาใจใส่ (Empathy) มีหลากหลายรูปแบบตามกลุ่มของนักวิชาการ ที่แสดงออกถึงความชัดเจนที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของบุคคลด้านความคิดและอารมณ์เป็นหลัก ซึ่งนำไปสู่การแสดงออกเชิงพฤติกรรมที่ผู้อื่นสามารถรู้ถึงการกระทำได้อย่างชัดเจน ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปองค์ประกอบของความเอาใจใส่ ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงองค์ประกอบของความเอาใจใส่

ผู้นิยาม	องค์ประกอบของความเอาใจใส่
Morse et al. (1992)	(1) อารมณ์ (Emotive) (2) คุณธรรม (Moral) (3) ปัญญา (Cognitive) (4) พฤติกรรม (Behavior)
Power and Dalgiesh (1997)	(1) ด้านปัญญา (Cognitive) (2) ด้านอารมณ์ (Affective)
Espelage et al. (2004)	(1) ด้านปัญญา (Cognitive) (2) ด้านอารมณ์ (Affective)
Decety and Michalska (2010)	(1) ด้านการแพร่ระบาดทางอารมณ์ (Emotional Contagion) (2) ด้านปัญญา (Cognitive Empathy) (3) ด้านการควบคุมอารมณ์ (Emotional Disconnection)
Schumann et al. (2014)	(1) ด้านปัญญา (Cognitive) (2) ด้านอารมณ์ (Affective)
ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2552)	(1) การให้ความสนใจและการเอาใจใส่กับผู้รับบริการแต่ละคน (2) เวลาในการเปิดให้บริการที่ผู้รับบริการสะดวกที่จะมา (3) การอำนวยความสะดวกในเรื่องของข้อมูลข่าวสาร (4) ความสามารถในการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ

ที่มา: จากการสังเคราะห์ข้อมูลในการทบทวรรณกรรมของผู้วิจัย อ้างอิงจาก Morse et al. (1992); Power and Dalgiesh (1997); Espelage et al. (2004); Decety and Michalska (2010); Schumann et al. (2014) และธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2552)

จากตารางที่ 9 แสดงองค์ประกอบของความเอาใจใส่ที่หลากหลาย ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของทักษะทางความคิด (Cognitive) ที่จะต้องใช้การวิเคราะห์ความรู้สึกของผู้อื่น และทักษะทางด้านอารมณ์ (Affective) เป็นความสามารถของการแบ่งปันประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกภายในจิตใจระหว่างผู้อื่น มีส่วนช่วยในการสื่อสารที่แสดงออกถึงความเข้าอกเข้าใจผู้อื่น มีส่วนช่วยให้เกิดการยอมรับลดความเป็นอัตนนิยม และการเป็นบุคคลทางสังคมสามารถในการสร้างความปรองดองทางสังคม

5.4 เครื่องมือวัดความเอาใจใส่

ความเอาใจใส่เป็นทักษะที่ผสมผสานระหว่างความคิดหรือปัญญา ที่จะต้องศึกษาเพื่อทำความเข้าใจประสบการณ์จากภายในความรู้สึก ซึ่งมีมุมมองโลกภายนอกนอกเหนือจากแนวคิดของตนเอง รวมถึงมิติทางอารมณ์ที่จะต้องนำตนเองไปอยู่กับประสบการณ์และความรู้สึกของผู้อื่น (Chen et al., 2007) นำไปสู่การตั้งข้อสงสัยเกี่ยวกับขอบเขตของการพัฒนาเครื่องมือ เพื่อประเมินความเอาใจใส่เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นต่อการวัดความรู้สึกร่วมในตัวบุคคล โดยโฮแกน (Hogan, 1969)

เป็นคนแรกที่เริ่มต้นดำเนินการทดสอบความเอาใจใส่โดยใช้แบบวัด ที่มีชื่อเรียกว่า EM Scale (Empathy Quotient) ที่สามารถวัดระดับทักษะทางสังคม ได้แก่ ความมั่นใจในตัวเอง ความรู้สึก ความใจเย็น และความไม่สอดคล้องกันทางอารมณ์ ซึ่งผลของเครื่องมือที่ถูกสร้างยังไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากแบบวัดดังกล่าวให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องของทักษะทางความคิดมากกว่าอารมณ์ ต่อมา เมอร์ริเบียน และเอปสไตน์ (Mehrabian and Epstein, 1972) ได้นำเสนอแบบวัดความเอาใจใส่ด้านอารมณ์ขึ้นมาโดยเฉพาะ ที่มีชื่อเรียกว่า QMEE (The Questionnaire Measure of Emotional Empathy) แต่ก็ประสบปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดค่าแนวโน้มการตอบสนองประสบการณ์ของผู้อื่นที่ตอบแบบประเมิน ซึ่งให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมทางอารมณ์มากกว่าอารมณ์เฉพาะบุคคล

จากข้อผิดพลาดของแบบวัดความเอาใจใส่ทั้ง 2 รูปแบบ เดวิท (Davis, 1983) ได้พยายามพัฒนาแบบวัดความเอาใจใส่ โดยอาศัยตัวชี้วัดเชิงมนุษย์สัมพันธ์ หรือ IRI (Interpersonal Reactivity Index) จำนวน 4 ข้อ สามารถแบ่งออกเป็น 2 แนวทาง ได้แก่ องค์ประกอบทางด้านปัญญา ได้แก่ การยึดความเพื่อฝัน การศึกษามุมมอง และองค์ประกอบทางด้านอารมณ์ ได้แก่ สภาวะซึมเศร้า ความหวังโย ถึงแม้ว่าแบบวัด IRI ได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อทดสอบความเอาใจใส่ ทำให้เกิดความเข้าใจระหว่างมนุษย์มากขึ้นก็ตาม แต่ยังมีกลุ่มของนักวิชาการอย่างโจลลิฟและแฟร์ริงตัน (Jolliffe and Farrington, 2006) ได้โต้แย้งว่าการวัดระดับความเอาใจใส่ (Empathy) อาจเกิดความสับสนกับความรู้สึกร่วม (Sympathy) เนื่องจากข้อคำถามไม่ชัดเจน เช่นเดียวกับกลุ่มของ บอสตัน และคณะ (Batson et al., 1997) ที่เคยวิพากษ์วิจารณ์การโต้ตอบวิธีการวัดความเอาใจใส่ ที่เป็นการชี้ให้เห็นถึงความเศร้าสลดมากเกินไป ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นอาจไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ตามแนวทางที่ถูกกำหนดไว้ในตอนแรกของการสร้างแบบวัดที่แท้จริง และยังเป็นบทพิสูจน์ที่แสดงให้เห็นว่าการวัดความเอาใจใส่ของแบบวัด IRI มีความเปราะบาง เนื่องจากแบบวัดย่อยถูกกำหนดเพื่อใช้สำหรับสอบถามระบุให้ทราบถึงความรู้สึกในสถานการณ์นั้นๆ นอกจากนี้ ยังพบว่าข้อคำถามบางข้อที่คล้ายคลึงกันทั้งหมด ที่มุ่งเน้นไปยังสถานการณ์ถูกเดิน อย่างไรก็ตาม การโต้ตอบความรู้สึกร่วมไม่จำเป็นต้องเกี่ยวกับภาวะถูกเดินเสมอไป ประเด็นเหล่านี้เป็นบทสรุปที่ชี้ชัดว่า IRI ไม่สามารถเป็นวิธีที่ดีที่สุดในการวัดความซับซ้อนของกระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเอาใจใส่ เพื่อการปรับปรุงจุดอ่อนในแบบวัด IRI ที่จะต้องมุ่งเน้นให้เห็นความแตกต่างระหว่างองค์ประกอบของด้านปัญญาเป็นทักษะความสามารถที่จะเข้าใจสภาวะอารมณ์ของผู้อื่น และด้านอารมณ์เป็นทักษะความสามารถในการโต้ตอบทางอารมณ์อย่างเหมาะสม

ทั้งนี้ ข้อเสนอของโจลลิฟและแฟร์ริงตัน (Jolliffe and Farrington, 2006) ได้แนะนำว่าทั้ง 2 องค์ประกอบนั้น จะอยู่บนพื้นฐาน 4 ด้าน ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ความสุข และความเศร้าใจ ซึ่งมีชื่อใหม่อย่างเป็นทางการว่า มาตรการหรือแบบวัดความเอาใจใส่ (BES: Basic Empathy Scale) มีจุดเด่นที่สร้างความแตกต่างจากแบบวัด IRI เดิม ที่ระดับย่อยทางด้านปัญญาของ BES ถูกจำกัดไว้สำหรับศึกษาอารมณ์เฉพาะของผู้อื่น ในขณะที่ระดับย่อยทางด้านอารมณ์ให้ความสำคัญกับความรู้สึกของผู้อื่น โดยปราศจากการอ้างอิงถึงสถานการณ์ถูกเดินใดๆ ซึ่งการศึกษาความเอาใจใส่ระดับบุคคลได้รับความสนใจจากหลายประเทศ โดยงานวิจัยของดีซาทีร์และมัลการ์ (Decety Michalska, 2010) ได้โต้แย้งว่าความเอาใจใส่ที่แท้จริง ต้องมีทั้งสิ้น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ด้าน

การแพร่ระบาดทางอารมณ์ เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการอัตโนมัติที่ช่วยการประเมินธรรมชาติของอารมณ์ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ มีความเชื่อมโยงกับโครงสร้างใต้สมองกลีบลิมบิกที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ หรือเรียกว่าการแพร่ระบาดทางอารมณ์ (Phillips and Lane, 2003) (2) ความเอาใจใส่ทางปัญญา มีความเชื่อมโยงกับการถูกกระตุ้นของสมองส่วนอินซูลาร์คอร์เทกซ์ช่วยกระตุ้นความตระหนักรู้ทางอารมณ์ พร้อมกับคอร์เทกซ์กลีบหน้าผากส่วนหน้า ร่วมกับคอร์เทกซ์กลีบหน้าผากส่วนหน้าที่อยู่ตรงกลางที่ควบคุมความเข้าใจด้านอารมณ์ของมนุษย์ หรือเรียกว่าความเอาใจใส่ทางปัญญา (Decety and Svetlova, 2012) และ (3) ด้านการควบคุมอารมณ์ มีความเชื่อมโยงกับกลไกของการขาดความสัมพันธ์ทางอารมณ์ สิ่งที่เกิดขึ้นมีความสัมพันธ์กับการทำงานเกี่ยวกับการบริหารจัดการที่มีการปฏิบัติการในเครือข่ายแบบบนสู่ล่างในพื้นฐานของสมองส่วนนอกกับส่วนหน้าของเปลือกสมอง หรือเรียกว่าการผูกขาดด้านอารมณ์ (Decety and Michalska, 2010) สำหรับบริบทของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวต้องใช้ความรู้ความสามารถของบุคลากรผู้ให้บริการตามสายอาชีพของธุรกิจแต่ละประเภท ในบางตำแหน่งจะต้องปฏิบัติหน้าที่ภายใต้ด้วยทักษะที่หลากหลาย การสร้างแบบวัดความเอาใจใส่สามารถใช้เป็นแบบประเมินสมรรถนะการปฏิบัติงานของพนักงานบริการ และยังสามารถใช้เป็นแนวทางการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์แก่บุคลากรที่จะต้องการความเป็นมืออาชีพมากยิ่งขึ้น ซึ่งการประเมินความเอาใจใส่ที่เหมาะสมกับกลุ่มของผู้ให้บริการโดยเฉพาะ จะต้องพิจารณาจาก 2 องค์ประกอบเท่านั้น ได้แก่ (1) ทักษะด้านปัญญา (Cognitive) เพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้รับบริการที่มีรสนิยมแตกต่างกันไปตามกลุ่มเป้าหมายที่กิจการต้องการ และ (2) ทักษะด้านอารมณ์ (Affective) เพื่อการควบคุมอารมณ์ของตนเองและผู้รับบริการ รวมถึงการเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารด้วยระดับอารมณ์ที่ความเหมาะสม (ระชานนท์ ทวีผล และธีระวัฒน์ จันทิก, 2561)

5.5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเอาใจใส่

ความเอาใจใส่เป็นทักษะการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ผู้ที่แสดงออกถึงความเอาใจใส่สามารถควบคุมสติและอารมณ์เมื่อเผชิญหน้ากับสถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งอาจจะมีสิ่งกระตุ้นที่อาจส่งผลให้ความเอาใจใส่เกิดการผันแปรได้อยู่เสมอ แต่ละบุคคลจะมีพฤติกรรมความเอาใจใส่ที่แตกต่างกันออกไป อาจมีสาเหตุมาจากคุณลักษณะเฉพาะตัว อุปนิสัยใจคอ รสนิยม สภาพสังคมและบริบทแวดล้อม ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดทฤษฎีร่วมกับผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับสาเหตุที่ส่งผลต่อความเอาใจใส่ สามารถสรุปออกมาเป็น 2 ปัจจัยหลัก ดังต่อไปนี้

5.5.1 ปัจจัยภายในตัวบุคคลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีลำดับการพัฒนาการที่แตกต่างกันไปตามช่วงอายุ จากข้อพิสูจน์ของไอเซนเบิร์ก (Eisenberg, 1989) พบว่าช่วงอายุที่แตกต่างสามารถบ่งบอกถึงวุฒิภาวะส่วนบุคคล หากเยาวชนมีระดับอายุที่เพิ่มมากขึ้น จะส่งผลต่อการพัฒนาความรู้สึกเอาใจใส่ตามไปด้วย ซึ่งจะไม่ยึดตัวเองเป็นจุดศูนย์กลาง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรรณิการ์ พันทอง (2550: 65-66) ได้นำเสนอเกี่ยวกับช่วงอายุของเยาวชน จะมีระดับความเอาใจใส่ขึ้นทุกขวบปีตั้งแต่แรก และในช่วงอายุ 17 ปีขึ้นไป เป็นช่วงอายุที่สามารถแสดงออกถึงความเอาใจใส่ผู้อื่นเพิ่มขึ้นระดับสูงสุด ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ความสามารถในการอ่านอารมณ์ผู้อื่นและคาดเดาความรู้สึกผู้อื่น ด้านความสามารถในการเข้าใจผู้อื่นตามสถานการณ์ในสังคม และด้านการเอื้อเฟื้อช่วยเหลือผู้อื่น เช่นเดียวกับผลการศึกษาของโยไนท์

และวินเซนต์ (Hyounae และ Vincent, 2014) พบว่า ความคาดหวังการได้รับความเอาใจใส่รายบุคคล จะปรับเปลี่ยนไปตามช่วงอายุของผู้รับบริการในกลุ่มของคนวัยทำงาน มีรายได้ที่มั่นคง จำเป็นต้องการความเอาใจใส่ในระดับที่สูงกว่ากลุ่มอื่น และมีโอกาสที่จะพบข้อร้องเรียนต่างๆ เพิ่มขึ้น

ในขณะที่ประเด็นเรื่องของเพศสภาพยังคงเป็นสิ่งที่มีความผลกระทบต่อความเอาใจใส่ โดยแต่ละเพศจะมีการแสดงออกถึงความเอาใจใส่ที่ปรับลดระดับอารมณ์ที่แตกต่างตามเพศสภาพที่ปรากฏ สำหรับผู้ชายเป็นเพศที่ไม่แสดงออกถึงความเอาใจใส่มากนัก เนื่องจากขาดความรู้สึกในระดับที่นุ่มลึก ไม่มีความวิตกกังวลกับความรู้สึกของผู้อื่น หากเปรียบเทียบกับผู้หญิงเป็นเพศที่แสดงออกถึงความเอาใจใส่มากกว่า มีความตระหนักคิดและสนใจรายละเอียดของสิ่งต่างๆ รอบตัว (วิลาสลักษ์ณ์ ชั่ววัลลี, 2543: 2) เช่นเดียวกับ ดาร์ริค และเดวิท (Darrick and David, 2006) พบว่า ผู้หญิงมีความเอาใจใส่ด้านปัญญามากกว่าผู้ชาย แต่ในทางกลับกันผู้หญิงจะขาดทักษะด้านควบคุมอารมณ์ตนเอง และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของแคร่และคณะ (Carre et al., 2013) ซึ่งผู้หญิงจะมีค่าคะแนนความเอาใจใส่ด้านปัญญาสูงกว่าผู้สูงกว่าผู้ชาย แต่ด้านการแพร่ระบาศทางอารมณ์และด้านการควบคุมอารมณ์จะต่ำกว่าผู้ชาย

อย่างไรก็ตาม จากผลการทดลองด้านชีววิทยาจะพบว่า ความเอาใจใส่มีผลพวงมาจากการทำงานของสมองในส่วนต่างๆ โดยเฉพาะ สมองส่วนการมองเห็น (Visual Cortex) สมองส่วนแปลผลเพื่อตีความหมายและสร้างความเข้าใจ (Pariet Lobe) และสมองส่วนอารมณ์ (Limbic System) ในกรณีมีความผิดปกติของสมอง ซึ่งส่งผลกระทบต่อความรู้สึกลงอย่างเห็นได้ชัด (เทอดศักดิ์ เดชคง, 2545) สามารถอธิบายเพิ่มเติมจากแท็กซี่ และคณะ (Tax et al., 1998) ได้เชื่อมโยงทักษะการตีความความเป็นกระบวนการการทำงานของสมองของแต่ละบุคคล จึงสรุปได้ว่าองค์กรธุรกิจจำเป็นต้องมีผู้ให้บริการที่มีความสามารถในการวิเคราะห์การร้องขอจากผู้รับบริการที่เฉียบขาด เพื่อตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ บุคลิกภาพยังส่งผลกระทบต่อความเอาใจใส่ พิจารณาได้จากพื้นฐานของแต่ละบุคคลที่จะแสดงออกถึงความน่าสนใจ เช่น การมีบุคลิกภาพเปิดเผยชอบเข้าสังคม ความสามารถในการเข้าสังคม และการมีจิตสำนึกที่รับผิดชอบในสิ่งที่ได้กระทำไปแล้ว (Davies, 1983) ซึ่งตรงกับแนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพแบบประนีประนอมตามของบอสตันและคณะ (Baston et al., 1987) เป็นวิธีการหลีกเลี่ยงการปะทะอารมณ์กับผู้อื่นเป็นส่วนช่วยให้เกิดความเอาใจใส่มากยิ่งขึ้น ตามที่ได้กล่าวมาความเอาใจใส่เป็นสิ่งที่เกิดจากปัจจัยภายในส่วนบุคคลที่สามารถเพิ่มหรือลดระดับได้ตามสถานการณ์ที่เผชิญ สำหรับปัจจัยภายในดังกล่าวประกอบไปด้วย อายุ เพศ ความสามารถทางสมอง และบุคลิกภาพ

5.5.2 ปัจจัยภายนอกตัวบุคคลที่มีผลพวงมาจากบริบทแวดล้อม ที่ส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญาและวุฒิภาวะทางอารมณ์ นำไปสู่การแสดงออกที่แตกต่างกันเมื่อเผชิญกับสถานการณ์บางอย่าง สำหรับผลการศึกษาของยูว์และคณะ (Yu et al., 2012) นำเสนอมุมมองเกี่ยวกับการอบรมเลี้ยงดูที่ส่งผลกระทบต่อความเอาใจใส่ สะท้อนให้เห็นถึงขั้นตอนการถ่ายทอดคำสั่งสอนและแนวทางการดำเนินชีวิตจากบุคคลภายในครอบครัว ในระยะเวลาช่วงขวบปีแรก คือ ช่วงสำคัญที่ส่งผลให้เด็กเกิดการเรียนรู้ จดจำสิ่งต่างๆ รอบตัวได้ รวมถึงการลอกเลียนแบบความคิดและอารมณ์ของสมาชิกคนอื่นๆ ในครอบครัว รวมถึงสถาบันทางการศึกษายังมีส่วนสำคัญที่ช่วยขัดเกลาจิตใจแก่เยาวชน เสริมสร้างคุณลักษณะที่ดีทางด้านปัญญาและอารมณ์ให้เหมาะสม ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้ยัง

สามารถอธิบายได้ว่าประสบการณ์ในชีวิตจากวัยเด็กสู่วัยผู้ใหญ่มีผลต่อการพัฒนาความเอาใจใส่อย่างชัดเจน แนวคิดของ ทัทนีเย์ สุริยะไชย (2554: 28-29) สนับสนุนว่าประสบการณ์ในการใช้ชีวิตมีผลพวงมาจากกรอบมรรยาตจากครอบครัว ช่วยให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข

สำหรับผู้อื่นที่ผ่านประสบการณ์ใช้ชีวิตมายาวนานจะมีความเอาใจใส่มากกว่า โดยแนวคิดของแพทรีเรียล (Patiral, 2004) อธิบายว่าประสบการณ์ของผู้รับบริการยังสามารถแบ่งออกเป็น 4 มิติ ได้แก่ การยอมรับการกระทำผ่านมุมมองของผู้รับบริการ การทำความเข้าใจในประสบการณ์ที่ผ่านมาของผู้รับบริการ การหลีกเลี่ยงสิ่งที่ผิดพลาดและเคยเกิดขึ้นกับผู้รับบริการมาแล้ว และการยอมรับฟังความคิดเห็นอย่างตั้งใจจากผู้รับบริการ ในขณะที่ผลการศึกษาของโจลิปฟ์ และแฟร์ริงตัน (Joliffe and Farrington, 2004) ได้อธิบายเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความเอาใจใส่กับสถานะทางเศรษฐกิจสังคม หากสถานะทางเศรษฐกิจที่ตกต่ำเป็นสาเหตุให้ความเอาใจใส่ตกต่ำลง ส่งผลให้คนกระทำความผิดอย่างต่อเนื่องตามลำดับ อาจมีสาเหตุมาจากความเครียดในการได้รับผลตอบแทนที่ไม่เหมาะสม และการปฏิบัติงานไม่ได้เป็นตามเป้าหมายขององค์กร เนื่องจากขาดความเอาใจใส่ในระหว่างการทำงาน

นอกจากนี้ ความเอาใจใส่ยังสามารถเชื่อมโยงกับลักษณะทางภูมิศาสตร์ จากผลการศึกษาของสโตน (Stone, 2006) ได้อธิบายเกี่ยวกับสภาวะความเอาใจใส่ที่เกิดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยนักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมจะแสดงความรู้สึกเอาใจใส่เกี่ยวข้องกับข้อมูลของสถานที่อย่างเห็นได้ชัด การสำรวจร่องรอยสำคัญทางประวัติศาสตร์มาช้านานระหว่างการเดินทาง สามารถรับรู้ได้ชัดเจนก็ต่อเมื่อมีการแสดงออกถึงใบหน้าที่เศร้าสลดอย่างชัดเจน เช่นเดียวกับผลการศึกษาของแอนเดอร์แมนและอาร์โนลด์ (Andermann and Arnold, 2012: 7) ที่อธิบายว่าทำเลที่ตั้งและลักษณะทางภูมิศาสตร์สะท้อนเรื่องราวทางประวัติศาสตร์มาช้านาน มีส่วนช่วยกระตุ้นให้ผู้มาเยือนสามารถรับรู้ได้ถึงภูมิหลังของแต่ละสถานที่ ผู้ประกอบหรือเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่แก่นักท่องเที่ยวล่วงหน้า พร้อมจัดสรรบรรยากาศของสถานที่ให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนได้ ตามที่ได้กล่าวมาปัจจัยภายนอกตัวบุคคลที่ส่งผลต่อความเอาใจใส่เป็นสิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจ เนื่องจากบางครั้งเกิดจากการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัว และพิจารณาถึงสภาพเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น

จากการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นเกี่ยวกับความเอาใจใส่ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าความเอาใจใส่ หมายถึง ทักษะการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานบริการและผู้รับบริการ เป็นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนการบริการสู่ความเป็นมืออาชีพ เนื่องจากผู้รับบริการมีรสนิยมที่หลากหลายแตกต่างกันไป การให้บริการแบบดั้งเดิมเพียงแค่อำนวยความสะดวก รวมถึงการปฏิบัติงานตามมาตรฐานขององค์กร หรือมีกิจกรรมทางการตลาดเพื่อจูงใจอาจไม่ใช่ทางออกสำหรับความต้องการที่แท้จริง การสร้างความเอาใจใส่จะเป็นทางเลือกใหม่ที่ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงคุณลักษณะเฉพาะให้เกิดขึ้นแก่พนักงานบริการ ถึงกระนั้นก็ตามความเอาใจใส่ต้องอาศัยองค์ประกอบร่วมทางด้านปัญญาสำหรับการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้รับบริการ และด้านอารมณ์ที่จะต้องปรับระดับเพื่อสร้างการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม ในเบื้องต้นสามารถฝึกฝนได้โดยเริ่มต้นจากการจดจำรายละเอียดส่วนบุคคล การเฝ้าสังเกตพฤติกรรมของผู้รับบริการ รวมถึงการรับฟังข้อคิดเห็นต่างๆ ที่มีต่อการให้บริการโดยปราศจากอคติ เพื่อนำกลับไปปรับปรุงกระบวนการให้บริการในครั้งต่อไป

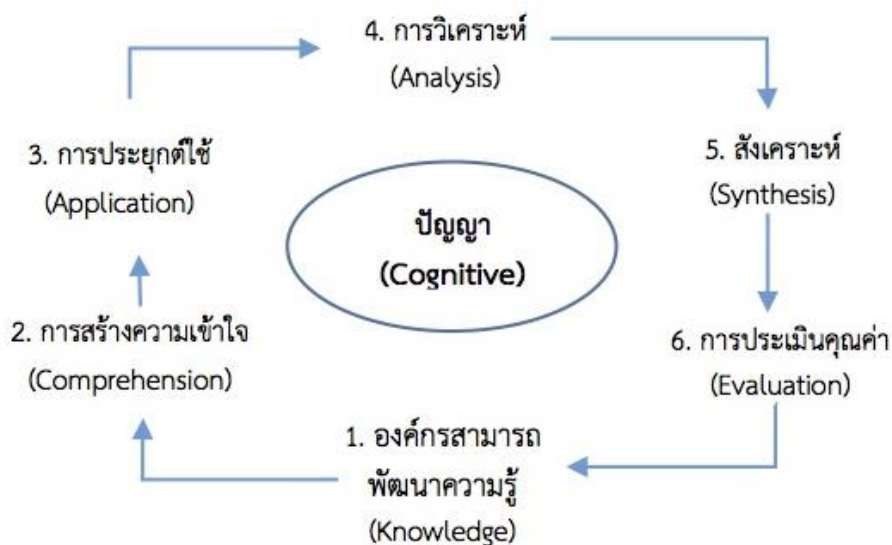
6. ทักษะทางด้านปัญญา

ความสามารถของบุคคลที่ใช้กระบวนการทางความคิด ที่เชื่อมโยงกับความเอาใจใส่ เป็นทักษะความสามารถในการศึกษาความรู้สึกของผู้อื่น โดยคาดคะเนถึงสิ่งที่ผู้อื่นต้องการ ซึ่งเป็นความท้าทายในของการเผชิญหน้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป จำเป็นต้องนำตนเองสวมบทบาททางความคิดและความรู้สึกของผู้อื่นตามสถานการณ์แวดล้อมต่างๆ รวมถึงการประเมินสถานการณ์ ความรู้สึกของคนในกลุ่มสังคมที่ตนเองดำรงอยู่ด้วย นอกจากนี้ ความเอาใจใส่ด้านการคิดวิเคราะห์ ความรู้สึกผู้อื่น (ทศนีย์ สุริยะไชย, 2554: 24)

6.1 ความหมายของทักษะทางด้านปัญญา

ทักษะด้านปัญญา (Cognitive) หมายถึง ความสามารถในการเข้าไปสวมบทบาททางความคิดของผู้อื่น โดยใช้กระบวนการทางความคิดเพื่อให้เกิดความเข้าใจเชิงลึกที่ชัดเจนผู้อื่นที่ชัดเจนยิ่งขึ้น (Pizarro, 2000) ซึ่งมีความหมายเช่นเดียวกับของโกลแมน (Goleman, 2007) อธิบายว่าทักษะทางด้านปัญญา หรือ การร่วมรู้สึกทางการคิด (Cognitive Empathy) หมายถึง การแสดงออกถึงความเข้าใจสิ่งที่ผู้อื่นคิดที่สามารถรับรู้มุมมองของความคิดเห็น สามารถสร้างวิธีการสื่อสารที่เหมาะสมแบบรายบุคคลที่มีความแตกต่างกัน สามารถอธิบายได้จากความหมายของเซลแมน (Selman, 1979) เกี่ยวกับทักษะการรู้คิด (Cognitive Domain) หมายถึง ความสามารถส่วนบุคคลที่ใช้ความคิดที่ว่องไวในการโต้ตอบการร้องขอจากผู้อื่น โดยสามารถนำตนเองไปสวมบทบาททางความคิดแทนผู้อื่นตามสถานการณ์ต่างๆ ทักษะทางด้านการรู้คิดจะติดตัวมาตั้งแต่เกิด จากนั้นจะต้องพัฒนาต่อเรื่อยๆ ตามช่วงอายุ สามารถแบ่งระดับการใช้ความคิดออกเป็นความลึก 5 ระดับ ได้แก่ ระดับที่ 1 การคิดแบบแตกต่างโดยไม่เอาตนเองเป็นจุดศูนย์กลาง ระดับที่ 2 การคิดแบบแตกต่างและเข้าใจความคิดตนเอง ระดับที่ 3 การคิดแบบมองด้วยสายตาของบุคคลที่สอง และเริ่มเอาใจเข้ามาใส่ใจเรา ระดับที่ 4 การคิดแบบมองด้วยสายตาของบุคคลที่สามในฐานะผู้สังเกตการณ์ที่จะสามารถเข้าใจร่วมกันได้เป็นอย่างดี และระดับที่ 5 การคิดแบบลึกซึ่งเข้าใจสัญลักษณ์ทางสังคม รวมถึงบริบทแวดล้อมโดยรอบ

ในขณะที่คอปเลอร์ (Kohler, 1929) อธิบายเกี่ยวกับการใช้ทักษะทางความคิด มุ่งเน้นความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับความเข้าใจในตัวผู้อื่น เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการรับรู้ เช่น การเอาใจเขามาใส่ใจ การเปลี่ยนความสนใจต่อมุมมองของผู้อื่น สำหรับนักวิชาการชาวไทยอย่าง กรรณิการ์ พันทอง (2550) ได้ให้ความหมายที่แตกต่างออกไป หมายถึง ความสามารถในการอ่านอารมณ์และคาดเดาจากการสังเกตได้จากแวตตา สีหน้า น้ำเสียง และการเคลื่อนไหวของร่างกายหรือภาษากาย อย่างไรก็ตาม บลูม และคณะ (Bloom et al., 1973) ได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาสมองในด้านารรู้คิด (Cognitive Domain) ของบุคคลากรภายในองค์กร เพื่อให้เกิดกระบวนการทางคิดที่สอดคล้องกับนโยบายที่องค์กรคาดหวัง มีจำนวนทั้งสิ้น 6 ขั้นตอน ตามแผนภาพที่ 10 ดังนี้



ภาพที่ 10 ขั้นตอนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาการรู้คิด
ที่มา: ดัดแปลงจาก บลูม และคณะ (Bloom et al., 1973)

จากภาพที่ 10 พบว่า องค์ความรู้พัฒนาความรู้ การจำ ความคิด ทักษะทางเชาวน์ปัญญา ที่ให้ส่งผลต่อการพัฒนาการด้านสมอง (Cognitive Domain-Head: The cognitive domain involves knowledge and development of intellectual skills, This includes the recall or recognition of specific facts, procedural patterns, and concepts that server in the development of intellectual abilities and skills) การจัดการพัฒนาความรู้ความคิดมีทั้งหมด 6 ขั้นตอน ได้แก่ (1) องค์ความรู้ (Knowledge) ที่มีส่วนเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายและวิธีการปฏิบัติงานที่ถูกต้องในแต่ละฝ่ายให้ชัดเจน รวมถึงทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นรากฐานสำคัญ (2) การสร้างความเข้าใจ (Comprehension) คัดเลือกรูปแบบการฝึกอบรมพัฒนาให้เกิดความเหมาะสมกับพนักงานบริการ (3) การประยุกต์ใช้ (Application) การนำความรู้ที่ได้รับมาพิจารณากับสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความสะดวกรสบายในการปฏิบัติงานของพนักงาน (4) การวิเคราะห์ (Analysis) พิจารณาข้อได้เปรียบและอุปสรรคที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่ (5) การสังเคราะห์ (Synthesis) หลีกเลี่ยงอุปสรรคหรือข้อเสียเปรียบที่มีผลกระทบต่อการทำงาน โดยสามารถแสดงความคิดจากทัศนคติร่วมกับประสบการณ์ส่วนบุคคล ที่นำไปใช้เป็นแนวทางการจัดการกับปัญหา และ (6) การประเมินตัดสินคุณค่า (Evaluation) สรรหาวิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากอุปสรรคโดยจะต้องลำดับขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ร่วมกับนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6.2 ประเภทของทักษะทางด้านปัญญา

สำหรับ ไชมอนบาร์ลอน (Simon Baron-Cohen, 2003) ได้อธิบายวิธีการความคิด เพื่อสัมผัสได้ถึงความคิดของผู้อื่น โดยปฏิเสธมุมมองของตนเองออกไปโดยสิ้นเชิง สอดคล้องกับผลการศึกษาของโฮจัตและคณะ (Hojat et al., 2002) อธิบายว่า มิติทางด้านปัญญาที่จะเข้าใจ

ประสบการณ์ทางอารมณ์ของบุคคลอื่น เพื่อการเข้าไปมีส่วนร่วมทางอารมณ์กับประสบการณ์ทางอารมณ์ที่เคยเกิดขึ้นมาแล้ว โดยผู้วิเคราะห์จะต้องพิจารณาสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่คาดว่าจะเกิดขึ้นซ้ำเดิม เพื่อเตรียมการรับมือและปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้อง ตามที่ได้กล่าวความเอาใจใส่เป็นกระบวนการทางความคิดที่จะต้องคาดคะเนรสนิยมของผู้อื่นที่หลากหลาย โดยไม่ยึดตัวเองเป็นจุดศูนย์กลางช่วยให้เกิดความชัดเจนทางสังคม จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวกับความเอาใจใส่ด้านปัญญาสามารถจำแนกประเภทตามตารางที่ 10

ตารางที่ 10 แสดงประเภทของทักษะด้านปัญญา

ประเภทของทักษะด้านปัญญา	
Baron (1995) และ Wellman (1990)	การคิดวิเคราะห์หรือการอ่านใจ ผ่านมุมมองที่มีทัศนคติที่ดีต่อผู้อื่น หรือใช้สภาพจิตใจที่บริสุทธิ์
Leslie (1987)	การสังเคราะห์บริบทแวดล้อม พร้อมกับการพิจารณาประสบการณ์ของผู้อื่น โดยไม่อ้างอิงสภาวะทางอารมณ์ของตนเอง
Dennett (1987) และ Davis (1994)	การคาดเดาพฤติกรรมของคนอื่นหรือสภาวะทางอารมณ์ของผู้อื่น เพื่อนำไปสู่กระบวนการวางแผนปรับอารมณ์ให้เหมาะสม

ที่มา: จากการสังเคราะห์ข้อมูลในการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย อ้างอิงจาก Leslie (1987); Dennett (1987); Wellman (1990); Davis (1994) และ Baron (1995)

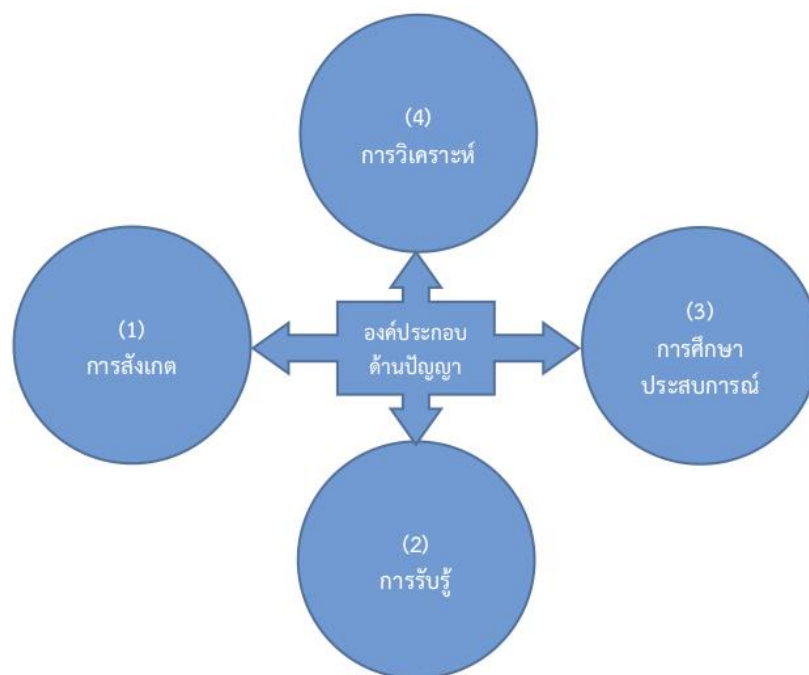
จากตารางที่ 10 แสดงความเอาใจใส่ด้านปัญญาสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ การวิเคราะห์มุมมองของผู้อื่นผ่านการกระทำ การสังเคราะห์สภาพแวดล้อมร่วมกับประสบการณ์ของผู้อื่น และการพยากรณ์สิ่งที่จะเกิดขึ้นกับผู้อื่นในอนาคต ในขณะที่ทฤษฎีและสตูวิก (Tangney and Stuewig, 2004) นำเสนอเกี่ยวกับความเอาใจใส่ทางปัญญา สามารถใช้วิเคราะห์หรือคาดคะเนความคิดของผู้อื่นในระหว่างที่กำลังคิดอะไรอยู่ ผู้ที่ใช้ทักษะทางด้านปัญญานั้นต้องวิเคราะห์ให้มุมมองที่กว้างขึ้น โดยการปรุงแต่งการกระทำตนเองให้เหมาะสมกับบุคคลที่มีความต้องการสูงกว่าปกติผู้อื่น การคัดสรรคนที่มีสติปัญญาระดับสูง สามารถคิดได้อย่างลุ่มลึกและก่อให้เกิดความผิดพลาดที่น้อยลงจากเดิม จึงเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดสำหรับการดำเนินธุรกิจบริการจากเดินที่มุ่งเน้นในเรื่องของการสร้างความพึงพอใจ จากเดิมที่จะต้องศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางมาแต่ละครั้ง ซึ่งอาจเป็นแนวทางการส่งเสริมธุรกิจบริการที่ไม่มีความยั่งยืน

หากพิจารณาได้จากผลการศึกษากลุ่มนักวิจัยชาวต่างชาติ (Britton, 2005; Kreps and Monnin, 2011) เกี่ยวกับความเอาใจใส่ด้านปัญญาในธุรกิจบริการยุคสมัยใหม่จำเป็นต้องศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมดั้งเดิม สถานการณ์ปัจจุบัน และบริบทแวดล้อม รวมถึงการสร้างหลักจริยธรรมจากตัวพนักงานบริการ ได้กลายเป็นสิ่งสำคัญร่วมกับความรู้สึกร่วมของแต่ละผู้รับบริการ

แบบรายบุคคลที่มีความแตกต่างกันออกไป อย่างไรก็ตาม ไอเซนเบิร์กและคณะ (Eisenberg et al., 2007) อธิบายว่าผู้ประกอบการต้องใช้ทักษะทางด้านปัญญาเพื่อสื่อสารให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงหลักจริยธรรมการทำธุรกิจ แสดงออกถึงความภาคภูมิใจและความรู้สึกที่ได้ทำสิ่งที่ถูกต้องบนพื้นฐานความเป็นปัจเจกบุคคลที่พึงกระทำของผู้ประกอบการในธุรกิจบริการ นอกจากนี้จะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้สึกร่วมของผู้รับบริการแล้ว จำเป็นต้องศึกษาความสัมพันธ์ที่สลับเนื่องระหว่างบุคคลอื่นที่มีความใกล้ชิดกับผู้รับบริการคนสำคัญ เช่น ครอบครัว เพื่อนฝูง คู่รัก สมาชิกในสังคม เป็นต้น เนื่องจากโครงสร้างทางสังคมที่มีความซับซ้อนตามการขยายตัวของประชากรโลก และสมาชิกเหล่านี้ยังมีส่วนร่วมต่อการตัดสินใจเข้าใจใช้บริการอีกด้วย (Husted and Allen, 2008) การใช้ทักษะทางด้านปัญญา จะต้องอาศัยองค์ประกอบเสริมด้านอื่นๆ ซึ่งผลการศึกษาของแพททีเรียล (Patiral, 2004) สนับสนุนความคิดเห็นขององค์ประกอบนี้ได้แก่ ความรู้ทางวิชาการและทางวิชาชีพจากสถานศึกษา ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน ทักษะคิดส่วนบุคคล การมีไหวพริบในการไตร่ตรองสถานการณ์ และวิธีการปฏิบัติงานที่ถูกต้องตามมาตรฐาน ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้คุณภาพบริการมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

6.3 องค์ประกอบของทักษะด้านปัญญา

ความท้าทายของการใช้ทักษะด้านปัญญาที่จะต้องสามารถวิเคราะห์ความเป็นปัจเจกชนของผู้รับบริการแต่ละราย รวมถึงทำความเข้าใจกับสภาพสังคมของคนส่วนใหญ่ที่แวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อคนๆ นั้น (Bechtold, 2004) เช่นเดียวกับดีทริกซ์ (Detuk, 2001) สนับสนุนเกี่ยวกับทักษะทางปัญญาเป็นความสามารถรับรู้บทบาท ที่ต้องใช้การจินตนาการว่าคนอื่นมีประสบการณ์อย่างไรมี 2 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ความเข้าใจเชิงอารมณ์ และความเข้าใจเชิงประสบการณ์มากกว่า การอาศัยบริบททางอารมณ์เพียงอย่างเดียว สำหรับกูเบอร์ (Gruber, 2011) ได้แนะนำว่ากลยุทธ์การตอบสนองที่มีประสิทธิภาพโดยใช้ทักษะการรับฟังอย่างกระตือรือร้น เพื่อสร้างการความเอาใจใส่ที่เหมาะสมผ่านการตีความอย่างลุ่มลึกของผู้รับบริการ แสดงให้เห็นถึงการเอาใจใส่ผู้รับบริการที่จะประเมินความพยายามในการปรับปรุงบริการให้มีความสอดคล้องกับการข้อเรียกร้องต่างๆ ที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ ทักษะทางด้านปัญญาเป็นพื้นฐานของมนุษย์สามารถพัฒนาด้วยคุณลักษณะส่วนบุคคลที่จะต้องหมั่นฝึกฝนด้วยการคิดอย่างเป็นระบบ พร้อมกับการสังเกตปรากฏการณ์รอบตัวที่เกิดขึ้น มีทั้งสิ้น 4 องค์ประกอบ ตามภาพที่ 11 ดังนี้



ภาพที่ 11 องค์ประกอบของทักษะทางด้านปัญญา
ที่มา: ดัดแปลงมาจาก ระชานนท์ ทวีผล และธีระวัฒน์ จันทิก (2560)

จากภาพที่ 11 พบว่า องค์ประกอบของทักษะทางด้านปัญญา (Cognitive Skills) ประกอบด้วย (1) การสังเกตการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้อื่น เช่น แววตา สีหน้า น้ำเสียง การเคลื่อนไหวของร่างกาย ภาษากาย (2) การรับรู้ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับปัญหาและเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้อื่นด้วยความเอาใจใส่ (3) การสืบค้นความเป็นปัจเจกชนของแต่ละบุคคล โดยจะต้องทำความเข้าใจกับสภาพสังคมของคนส่วนใหญ่ รวมถึงศึกษาประวัติภูมิหลังที่มีอิทธิพลต่อบุคคลอื่น เช่น สมาชิกในครอบครัว เพื่อนสมาชิกในที่ทำงาน และ (4) การวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้นด้วยตนเองอย่างเป็นเหตุเป็นผล พร้อมกับการนำเสนอการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยการเลือกใช้วิธีการสื่อสารที่เหมาะสมกับผู้อื่น

ความต้องการที่หลากหลายของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องศึกษารูปแบบกิจกรรมให้สอดคล้องกับความคาดหวัง โดยจะต้องวิเคราะห์และมีส่วนร่วมตัดสินใจแทนผู้รับบริการ เพื่อสรรหาสิ่งอำนวยความสะดวกร่วมกับการเตรียมความพร้อมของสถานที่ให้สามารถสร้างความบันเทิงตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งหากขาดกระบวนการวิเคราะห์ที่ผิดพลาด อาจเป็นผลกระทบต่อดัชนีทุนของผู้ประกอบการในที่สุด (Mohamad and Abdul, 2011) ในขณะที่ตาวหวัง (Tao Wang, 2003) ให้การสนับสนุนเรื่องการใช้ทักษะทางความคิดเพื่อวิเคราะห์แรงจูงใจของผู้รับบริการในโรงแรมประเภทบูติคพบว่า การศึกษาภูมิหลังที่เกี่ยวกับการใช้บริการในครั้งก่อนๆ ที่ผ่านมา จากระบบฐานข้อมูลของโรงแรมร่วมกับการสัมภาษณ์ประเด็นปัญหาที่เกี่ยวกับการบริการ

ครั้งก่อน โดยใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อตัวผู้รับบริการได้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลง และมีส่วนช่วยในการกระตุ้นพฤติกรรมมารกลับมาใช้บริการอีกครั้ง สอดคล้องกับผลการศึกษาของเชลฟาลิ (Shelfali, 2013) ที่อธิบายว่ากระบวนการรับรู้ของผู้รับบริการในโรงแรมประเภทบูติคมีความแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ในการใช้บริการครั้งก่อน ซึ่งมักจะเปรียบเทียบความหรูหราของสถานที่กับโรงแรมประเภทอื่นๆ ตลอดจนการกระบวนการให้บริการที่ครบวงจรจากพนักงานบริการ แนวทางการพัฒนาโรงแรมประเภทบูติคในยุคใหม่จะไม่ใช้เพียงอาคารเก่าที่ผ่านการดัดแปลงเพื่อสร้างผลลัพธ์ทางธุรกิจอีกต่อไป ดังนั้นโรงแรมประเภทบูติคจะประสบความสำเร็จต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบอาคารและสภาพแวดล้อมทางกายภาพให้มีความร่วมสมัยตามกระแสค่านิยมที่ปรับเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว เช่น รูปทรง สี สัน การจัดวาง เป็นต้น ทั้งนี้ จะต้องอาศัยบุคลากรที่มนุษย์สัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับบริการ สามารถสร้างความเข้าใจในความต้องการที่หลากหลายตามรสนิยม ร่วมกับการใช้ทักษะทางความคิดเพื่อประเมินผลจากสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างชาญฉลาด

จากการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นเกี่ยวกับทักษะทางด้านปัญญา ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าทักษะทางด้านปัญญา หมายถึง กระบวนการคิดวิเคราะห์จากการสั่งงานของสมอง เพื่อพิจารณาปัญหาที่เกิดขึ้นและคาดคะเนว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตเกี่ยวกับผู้อื่น และยังเป็นแนวทางการวางแผนพัฒนาการสร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างเสมอภาค สามารถฝึกฝนโดยใช้ทักษะการจดจำ ซึ่งมีส่วนช่วยในการพัฒนาศักยภาพทางสมองต่อไปในอนาคต โดยการสังเกตการแสดงออกผ่านพฤติกรรมเคลื่อนไหวทางร่างกาย ควบคู่กับการรับฟังปัญหาต่างๆ ของผู้อื่นด้วยความตั้งใจ ร่วมกับการศึกษาภูมิหลังของผู้อื่น เช่น ครอบครัว รสนิยม ประวัติความเป็นมา ทั้งนี้ จะต้องศึกษาบริบทแวดล้อมที่สืบเนื่อง เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยี เพื่อสร้างสรรค์กระบวนการสื่อสารที่ดีกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม เพื่อการสื่อสารที่แสดงออกถึงความเอาใจใส่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

7. ทักษะทางด้านอารมณ์

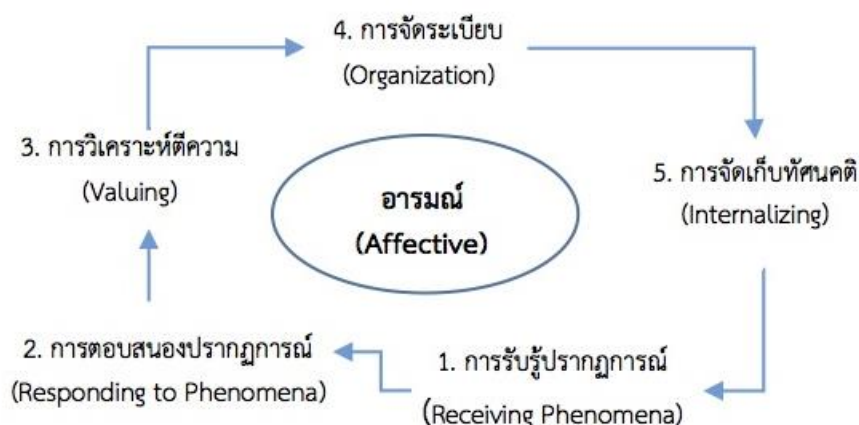
คุณลักษณะเฉพาะที่เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกันทั้งกระบวนการทางอารมณ์และการปฏิสัมพันธ์ทางอารมณ์ เป็นวิธีการปรับเปลี่ยนองค์ประกอบทางด้านอารมณ์ ที่จะต้องอาศัยทักษะทางด้านปัญญาเป็นส่วนสนับสนุนควบคู่กันไปที่มีความจำเป็นทั้งการทำงานที่จะต้องสามารถรับรู้อารมณ์ระหว่างบุคคล ผู้ที่ได้รับฝึกฝนบ่อยครั้งจะมีความไวต่อความเศร้าใจ การแสดงความเอาใจใส่ด้านอารมณ์เป็นการโต้ตอบการยอมรับอารมณ์ของตนเองและผู้อื่น (Jolliffe and Farrington, 2006)

7.1 ความหมายของทักษะทางด้านอารมณ์

ไอเซนเบิร์ก (Eisenberg, 2010) อธิบายว่าทักษะทางด้านอารมณ์ เป็นการแบ่งปันและทำซ้ำสภาวะอารมณ์ของผู้อื่น ตระหนักถึงความรู้สึกเหล่านี้ว่าไม่ได้เป็นของเจ้าของคนใดคนหนึ่ง โดยจะต้องการปรับมุมมองของผู้อื่นให้เกิดความแตกต่างระหว่างตัวเองและผู้อื่นทางด้านอารมณ์ ซึ่งสามารถเลือกใช้บุคคลที่เป็นตัวแทนสำหรับการโต้ตอบทางอารมณ์ เพื่อลดระดับสภาวะทางอารมณ์ที่ไม่เหมาะสม สำหรับความหมายของโกลแมน (Goleman, 2007) อธิบายว่า ทักษะทางด้านอารมณ์ เป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้าง ปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น แต่ในทางกลับกันไม่ควรยึดติดกับอารมณ์ของผู้อื่นตลอดเวลา โดยเฉพาะในสภาวะเศร้าสลดจะนำไปสู่

ความสับสนและอ่อนล้าจนไม่สามารถควบคุมตนเองได้ สอดคล้องกับโจวลีฟ และแฟรงค์ทูน (Jolliffe and Farrington, 2006) ได้กำหนดความหมายของทักษะทางด้านอารมณ์ เป็นกระบวนการสนองต่อความรู้สึกของบุคคลอื่น ที่อาจส่งผลถึงประสบการณ์และความรู้สึกร่วมกัน สำหรับความเอาใจใส่ด้านอารมณ์ (Emotional Empathy / Affective Empathy) คือ การตอบสนองทางอารมณ์ให้สอดคล้องกับระดับอารมณ์ของผู้อื่น เป็นวิธีการตอบสนองความรู้สึกของผู้อื่น โดยพิจารณาจากผลลัพธ์ที่มาจากการสวมบทบาท นอกจากนี้ การศึกษาคู่แข่งชั้นรายใหม่ในพื้นที่เดียวกันเป็นวิธีการที่นำไปสู่การปรับเปลี่ยนรูปแบบบริการที่แตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่งชั้นรายอื่น (Stephan, 1999)

ความน่าสนใจของความเอาใจใส่ทางด้านอารมณ์ไม่ได้ถูกจำกัดอยู่ในเพียงสาขาวิชาจิตวิทยาเท่านั้น โดยมีการเริ่มนำความเอาใจใส่ไปตั้งต้นเป็นประเด็นทางการวิจัย ทำให้ได้มาซึ่งการเข้าใจอารมณ์ในมุมมองของบุคคลอื่นและความรู้สึกที่ซ่อนเร้นอยู่ในตัวตน สิ่งเหล่านี้ประกอบไปด้วยความสามารถที่จะสื่ออารมณ์ให้มีความคล้ายคลึงกัน พร้อมกับการเกิดความเข้าใจถึงสาเหตุเหล่านั้น มุมมองภายใต้แนวคิดความเอาใจใส่ได้รับพิจารณาว่าเป็นความสามารถที่เป็นเอกลักษณ์ เน้นย้ำถึงความแตกต่างของความเอาใจใส่ คำนึงถึงระยะห่างอย่างแน่นอน โดยจะต้องสามารถรักษาความเป็นตัวเองกับผู้อื่น ซึ่งถือว่าเป็นกระบวนการที่สมบูรณ์ของการแสดงตัวตน (Rogers, 1951: 129) ในขณะที่อาลี (Ali, 2012: 21) ได้นำเสนอการสร้างอารมณ์ความรู้สึกร่วมเป็นวิธีการวางตำแหน่งตัวเองเสมือนกับคนอื่นที่จะศึกษาความหมายเกี่ยวกับสิ่งที่พวกเขาแสดงออกมา สำหรับแนวคิดในกลุ่มสาขามนุษยวิทยาเกี่ยวกับธรรมชาติ โดยจะต้องเข้าใจรายละเอียดของชาติพันธุ์วรรณา ประกอบกับสิ่งที่มีอยู่แน่นอนของวิถีชีวิต สามารถแสดงออกถึงความเอาใจใส่ที่ชัดเจน สอดคล้องกับนิยามของเบนเน็ตและเนลสัน (Bennett and Nelson, 2011) ที่ขยายความเข้าใจในตนเอง เป็นสิ่งที่ช่วยลดความหมองเหม็นทางอารมณ์ โดยแสดงความสนใจภายใต้มุมมองและสถานการณ์ที่ผู้หนึ่งกำลังเผชิญอยู่ อย่างไรก็ตาม บลูม และคณะ (Bloom et al., 1973) ได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาจิตใจ (Affective Domain) ของบุคคลากรภายในองค์กร เพื่อให้เกิดสภาวะทางจิตที่สอดคล้องกับนโยบายที่องค์กรคาดหวัง มีจำนวนทั้งสิ้น 5 ขั้นตอน ตามแผนภาพที่ 12 ดังนี้



ภาพที่ 12 ขั้นตอนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาจิตใจ

ที่มา: ดัดแปลงจาก บลูม และคณะ (Bloom et al., 1973)

จากภาพที่ 12 พบว่า องค์กรสามารถพัฒนาจิตใจ ค่านิยม ความเชื่อ อารมณ์ และความรู้สึก (Affective Domain-Heart: This domain includes the manner in which deal with things emotionally such as feelings, values, appreciation, enthusiasms, motivations, and attitudes) โดยการจัดการพัฒนาจิตใจทั้งหมด 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การรับรู้ปรากฏการณ์ต่างๆ (Receiving Phenomena) จากบริบทแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อสภาวะทางจิตใจ บางสถานการณ์มาจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ได้แก่ การสนทนา การรับฟัง การแสดงพฤติกรรม (2) การตอบสนองต่อปรากฏการณ์นั้นๆ (Responding to Phenomena) สามารถได้ตอบด้วยพฤติกรรมที่พึงประสงค์ต่อการรับรู้ของผู้อื่น โดยคัดเลือกวิธีการที่เหมาะสม เช่น การพยักหน้า การสนทนา การแสดงออกทางสีหน้า เป็นต้น (3) การวิเคราะห์หรือตีค่าความสำคัญ (Valuing) เป็นระบบการประเมินสิ่งที่มีคุณค่าและผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในระยะยาว (4) การจัดระเบียบและเรียงลำดับความสำคัญ (Organization) ซึ่งเป็นลักษณะการสังเคราะห์กระบวนการทางความคิดรูปแบบใหม่ พร้อมกับการหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้าที่สามารถกระตุ้นสภาวะทางอารมณ์ และ (5) การจัดเก็บไว้เป็นทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม อารมณ์ และจิตใจ (Internalizing) เพื่อใช้เป็นแนวทางการปรับใช้กับสภาวะทางอารมณ์ของตนเองให้เกิดความเหมาะสมกับสถานการณ์ต่างๆ ตามที่ได้กล่าวมากระบวนการสร้างองค์ประกอบทางอารมณ์จำเป็นต้องใช้ทักษะทางมนุษยสัมพันธ์เป็นส่วนสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้ด้วยจิตใจได้อย่างประสบความสำเร็จ

7.2 ประเภทของทักษะทางด้านอารมณ์

สำหรับเพ็ทเวล (Pedwell, 2012: 287) ได้ยืนยันแนวคิดเกี่ยวกับความเอาใจใส่เป็นเครื่องมือของธุรกิจที่มีความร่วมสมัย โดยการใช้ถ้อยคำชักจูงจิตใจให้เกิดความปรารถนาเป็นรูปแบบของแนวคิดทางการตลาดที่ใช้อธิบายสถานการณ์ปัจจุบัน เช่นเดียวกับมีอ์ทไลน์และคณะ (Modline et al., 2015) พยายามนำเสนอเกี่ยวกับมัคคุเทศก์สามารถสร้างความเอาใจใส่แก่นักท่องเที่ยวผ่านการบอกเล่าข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์จากยุคสมัยที่ต่างกัน สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การอธิบายรูปแบบการดำเนินชีวิตของชาวเกษตรกรเกี่ยวกับการเพาะปลูก ส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวผ่านการบอกเล่าและข้อมูลที่ชัดเจน ในขณะที่เมอริเปียร์และเอฟเซนต์ (Meherabian and Epsitein, 1972) ได้อธิบายว่า ความเอาใจใส่ด้านอารมณ์ (Affective Empathy) ต้องใช้วิธีการสังเกตและการรับฟังจากผู้อื่น เพื่อให้ได้มาซึ่งความเอาใจใส่ที่ถูกต้อง ในขณะที่ไอเซนเบิร์กและสเตรเยอร์ (Eisengerg and Strayer, 1987) นำเสนอเกี่ยวกับความซับซ้อนของความเอาใจใส่ด้านอารมณ์ หากถูกควบคุมในระดับที่เหมาะสมจะนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวและเกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้สึกที่ดีต่อผู้อื่น หากมีวิธีการบริหารความเอาใจใส่ที่ดี จะต้องสามารถปรับแก้ไขอารมณ์ตนเองในระดับที่เหมาะสมกับผู้อื่น การควบคุมอารมณ์ในระดับที่มีความเหมาะสม ช่วยลดความโกรธที่มีสาเหตุมาจากความไม่พึงพอใจของผู้อื่น จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวกับความเอาใจใส่ด้านอารมณ์สามารถจำแนกประเภทตามตารางที่ 11

ตารางที่ 11 แสดงประเภทของทักษะด้านอารมณ์

ประเภทของทักษะด้านอารมณ์	
Hoffman (1984) Eisenberg et al., (1987)	ความรู้สึของผู้เฝ้าสังเกตการณ์ให้มีความสอดคล้องในระดับเดียวกัน
Stotland (1969)	ความรู้สึของผู้สังเกตการณ์ให้มีความเหมาะสมที่ รวมถึงความรู้สึจะไม่สอดคล้องกัน
Stotland และ คณะ (1971)	ความรู้สึของผู้สังเกตการณ์และการตอบสนองต่ออารมณ์ของผู้อื่น หรือความรู้สึในลักษณะของความขัดแย้ง
Batson (1991)	ความรู้สึของผู้สังเกตการณ์ต้องเป็นหนึ่งในความกังวล

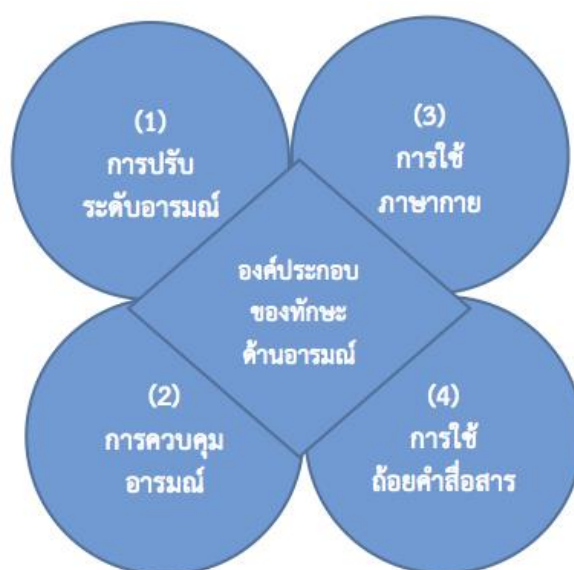
ที่มา: จากการสังเคราะห์ข้อมูลในการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย อ้างอิงจาก Hoffman (1984); Eisenberg et al. (1987); Stotland (1969); Stotland, Sherman and Shaver (1971) และ Batson (1991)

จากตารางที่ 11 แสดงทักษะทางด้านอารมณ์สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภทหลัก ได้แก่ การปรับอารมณ์ตนเองให้สอดคล้องกับอารมณ์ของผู้อื่นที่กำลังเผชิญ การตีความอารมณ์ผู้อื่นด้วยอารมณ์ที่ต่างกันออกไป การแยกแยะตนเองออกจากอารมณ์ของผู้อื่น และการแสดงออกถึงความกังวลเมื่อรับรู้ถึงความรู้สึของผู้อื่น ในขณะที่เพ็ทเวล (Pedwell, 2013) ได้นำเสนอมุมมองที่แตกต่างของความเอาใจใส่ที่เป็นการแสดงตัวตนเชิงเสรีนิยมใหม่ในการท่องเที่ยว รวมถึงผู้ให้บริการต้องแสดงออกถึงความรูสึกร่วมที่ไม่มีอคติเป็นผลต่อการสร้างความเท่าเทียมทางธุรกิจอย่างมีจริยธรรมสอดคล้องกับแม็คคินี และคณะ (Magnini et al., 2007) นำเสนอว่าการแสดงออกถึงความยุติธรรมในการมีปฏิสัมพันธ์ต่อผู้รับบริการ เป็นกระบวนการของจริยธรรมที่ควรยึดถือปฏิบัติอย่างต่อเนื่องสำหรับแนวทางเดวิท (Davis, 2004: 405) ได้โต้แย้งระดับอารมณ์ที่จะต้องการพิจารณาฐานะทางสังคมของผู้รับบริการว่าใครอยู่ในตำแหน่งใด โดยเลือกใช้ระดับภาษาให้มีความเหมาะสมซึ่งสิ่งที่สำคัญจะร่วมตัวกันของความเอาใจใส่ที่มีความก้าวหน้ามากกว่าความคิดของการระบุตัวตนให้มีความแตกต่างกัน

7.3 องค์ประกอบของทักษะทางด้านอารมณ์

ผลการศึกษาของกลุ่มนักวิชาการ (Butcher, 2014: 8; Lewis and Mccam, 2004: 4) โต้แย้งว่าในมุมมองของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจโรงแรม มีประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับเรื่องความเอาใจใส่ที่ผู้ให้บริการต้องตระหนักถึงบทบาทความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการ รวมถึงการให้ความเสมอภาคแก่บุคลากรผู้ให้บริการอีกด้วย สำหรับการจัดการบริการอย่างมีอาชีพในแนวคิดของ ดิกเกอร์และบาวเฟิร์นดิน (Dickinger and Bauernfeind, 2009) ได้นำเสนอวิธีการตอบสนองข้อร้องเรียนต่างๆ ที่ผู้รับบริการไม่พึงพอใจอย่างรวดเร็ว เป็นเทคนิคการ

บริหารความพึงพอใจหลากหลายระดับ สิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญโดยอารมณ์จะสามารถสื่อสารออกได้ ประกอบด้วย การแสดงความเสียใจอย่างสุภาพอ่อนน้อม โดยผู้ให้บริการจะต้องใช้คำพูดที่แสดงความถึงความเห็นอกเห็นใจ และความรู้สึกร่วมต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยผู้ให้บริการต้องใช้คำพูดที่แสดงถึงการตีความและความฉับไวในการตอบสนอง ทั้งนี้ ทักษะทางด้านอารมณ์สามารถควบคุมการสื่อสารกับผู้อื่น โดยจะต้องปรับเปลี่ยนอารมณ์ไปตามสถานการณ์ สอดคล้องกับสภาวะความรู้สึกเช่นเดียวกับผู้อื่น มีทั้งสิ้น 4 องค์ประกอบ ตามภาพที่ 13 ดังนี้



ภาพที่ 13 องค์ประกอบของทักษะทางด้านอารมณ์
ที่มา: ดัดแปลงมาจาก ระชานนท์ ทวีผล และธีระวัฒน์ จันทิก (2560)

จากภาพที่ 13 พบว่า องค์ประกอบของทักษะทางด้านอารมณ์ (Affective Skills) ประกอบด้วย (1) การปรับระดับอารมณ์ของตนเองให้สอดคล้องกับอารมณ์ของผู้อื่น เปรียบเสมือนว่าตนเองอยู่สถานการณ์นั้น หรือเป็นสถานะของบุคคลที่ 3 ที่ได้รับรู้ในเหตุการณ์ต่างๆ ในลักษณะของสมาชิกกลุ่มเดียวกัน (2) การควบคุมอารมณ์ของตนเอง เพื่อไม่ให้ตนเองตกอยู่ในสภาวะความเครียด และอาจส่งผลกระทบต่อสภาวะทางจิตใจของตนเองต่อไปในอนาคต (3) การใช้ภาษากายเพื่อตอบสนองความรู้สึกของผู้อื่นแสดงออกถึงความเอาใจใส่ เช่น พยักหน้า การปรับสีหน้า การเคลื่อนไหวส่วนต่างๆ ของร่างกาย และ (4) การวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้นด้วยตนเองอย่างเป็นเหตุเป็นผล พิจารณาบริบทแวดล้อมและภูมิหลังที่เกี่ยวข้อง พร้อมกับการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยวิธีการสื่อสารที่เหมาะสม เช่น สำเนียง ระดับภาษา เป็นต้น

ธุรกิจบริการมีความเกี่ยวข้องกับสภาวะความไม่มั่นคงทางอารมณ์ต่อสถานที่แห่งเดียวกันอยู่บ่อยครั้ง สามารถพิจารณาได้จากวัตถุประสงค์ของการเดินทางในแต่ละครั้ง ซึ่งให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิง ได้แก่ ความรู้สึกผ่อนคลายในกลุ่มของผู้ที่เดินทางเพื่อทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว และความรู้สึกเบื่อหน่ายในกลุ่มของผู้ที่เดินทางเพื่อมาประกอบ

อาชีพหรือทำธุรกิจเพื่อหารายได้ (Helena, 2014) ในขณะที่ โดรา และคณะ (Dora et al., 2013) นำผลการศึกษามาอธิบายการสร้างความเข้าใจทางด้านอารมณ์ให้เกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งพบว่าระดับอารมณ์สามารถปรับสูงขึ้นและลดต่ำตามกระบวนการบริหารจัดการ สิ่งสำคัญที่ผู้ให้บริการจะต้องคำนึงเนื้อหาสาระเป็นวัตถุประสงค์และการคัดเลือกวิธีการสื่อสารให้สอดคล้องกับระดับสภาวะทางอารมณ์ของแต่ละบุคคล อย่างไรก็ตามทักษะทางด้านอารมณ์ไม่ใช่เพียงแค่การเฝ้าสังเกตการณ์ระดับอารมณ์ของผู้รับบริการเท่านั้น โดยพนักงานบริการจะต้องสามารถปรับระดับอารมณ์ของตนเองให้เหมาะสมกับการปฏิบัติหน้าที่อีกด้วย สอดคล้องกับผลการศึกษาของปิง (Ping, 2008) ที่อธิบายปรากฏการณ์ในธุรกิจโรงแรม พบว่า พนักงานบริการที่สามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ในระดับที่เหมาะสมระหว่างปฏิบัติหน้าที่ จะช่วยสนับสนุนกระบวนการให้บริการดำเนินไปได้ตามนโยบายขององค์กร พร้อมกับการลดความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงานและผู้รับบริการ

จากการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นเกี่ยวกับทักษะทางด้านอารมณ์ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าทักษะทางด้านอารมณ์ หมายถึง กระบวนการที่เกิดขึ้นหลังการคิดวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้อื่นด้วยวิธีการสังเกตและรับฟังปัญหาที่เกิดขึ้น โดยจะดำเนินการปรับมุมมองของตนเองเปรียบเสมือนว่าตนเองเข้าไปอยู่ในสถานการณ์เดียวกับผู้อื่น ช่วยสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับตัวตนซึ่งจะต้องไม่ติดอยู่ในสภาวะความรู้สึกนั้นเป็นระยะเวลานาน สามารถเลือกใช้วิธีการสื่อสารที่แสดงพฤติกรรมโต้ตอบกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม ได้แก่ การพยักหน้า การปรับเปลี่ยนสีหน้า การควบคุมน้ำเสียงและสำเนียงในการพูด รวมถึงการเลือกใช้บุคคลที่เป็นตัวแทนสำหรับการโต้ตอบทางอารมณ์ ซึ่งการฝึกปฏิบัติเพื่อควบคุมอารมณ์ที่มีความสม่ำเสมอ จะมีส่วนช่วยให้ตระหนักถึงบทบาทในตัวเองสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้อื่นโดยปราศจากอคติ ซึ่งนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวต่อไป

8. การจัดการทรัพยากรมนุษย์

การจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการพัฒนาศักยภาพองค์กร ที่มีความเกี่ยวข้องกับตัวของบุคลากรแต่ละตำแหน่งงาน ได้แก่ การให้รางวัลแก่บุคลากร การธำรงรักษาบุคลากร การสรรบุคลากรที่มีคุณลักษณะที่เหมาะสม และการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร หากพิจารณาจะพบว่ากระบวนการดังกล่าวเป็นกลยุทธ์จากปัจจัยภายในองค์กร ซึ่งผู้บริหารควรมีวิธีการเพิ่มทักษะความรู้ของบุคลากร เพื่อสร้างความก้าวหน้าในอาชีพต่อไปตามเป้าหมายขององค์กร (ฐานิตา อ่อมฉิม และมณฑา จำปาเหลือง, 2557: 272-273) สามารถอธิบายเพิ่มเติมได้จากความหมาย วัตถุประสงค์ ขั้นตอนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และแนวทางการพัฒนา มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

8.1 ความหมายของการจัดการทรัพยากรมนุษย์

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ตามความหมายของ ซามิว (Samuel, 2012) คือ การค้นหาบุคลากรที่มีความเหมาะสมแก่องค์กร ซึ่งเป็นบุคคลที่ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงาน นำองค์กรไปสู่เป้าหมาย สำหรับทรัพยากรบุคคลที่ไม่เหมาะสม จะเป็นสมาชิกที่ปฏิบัติงานอย่างไร้สมรรถภาพ ไม่บรรลุเป้าหมายองค์กรกำหนดไว้ สำหรับเกรย์ (Gary, 2014) อธิบายแนวคิดของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง กระบวนการภายในองค์กรที่ดำเนินการเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของแรงงานเพื่อสร้างผลกำไรให้กิจการ แต่สำหรับ ไรท์ และคณะ (Wright et al., 2001) การจัดการทรัพยากรมนุษย์จะเป็นตัวกำหนดทิศทางการทำงานของบุคลากร

ทุกประเภททั้งฝ่ายบริหารและฝ่ายปฏิบัติการ เน้นการมีบทบาทภายในองค์กรและการสร้างอาชีพ นอกจากนี้ โนเวย์ (Noe, 2000) ได้มองว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นรูปแบบกิจกรรมการวางแผนพัฒนาเพื่อยกระดับศักยภาพของบุคลากร ได้แก่ การสรรหาคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณสมบัติ การฝึกอบรมพัฒนาคุณลักษณะ และการบริหารค่าตอบแทน อย่างไรก็ตามกลุ่มนักวิชาการชาวไทยได้นำเสนอนิยามเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรบุคคล (HRM : Human Resources Managements) เป็นกระบวนการที่สนับสนุนให้บุคลากรเกิดความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ มีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนองค์กรตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ด้วยวิธีการวางแผน เพื่อวัตถุประสงค์ในการค้นหาบุคลากรที่มีความพร้อมตามคุณสมบัติที่องค์กรต้องการ พร้อมพัฒนาศักยภาพของแรงงานให้เกิดความชำนาญ และเป็นการดูแลรักษาด้วยการสร้างแรงจูงใจ ตลอดจนในช่วงเวลาที่บุคลากรลาออกจากงาน ซึ่งทรัพยากรมนุษย์มีต้นทุนทางปัญญา มีความรู้สึกรักใคร่ ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการพื้นฐานของบุคลากร ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจต่อภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ความเสมอภาคในที่ทำงาน และการสร้างความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากร การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นหลักการสำคัญในการแข่งขันของโลกปัจจุบันและอนาคต ตามที่ได้กล่าวมาการพัฒนาบุคคลเป็นเครื่องชี้วัดการเรียนรู้และการยกระดับทักษะการปฏิบัติหน้าที่ อีกทั้งยังสะท้อนให้เห็นถึงการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (นราธิป ศรีราม, 2550; จานิส ช่วยสมบูรณ์, 2556; พรชัย เจตมานัน, 2556; วิลาวรรณ รพีพิศาล 2554 และนพดล วาศรี, 2553)

8.2 วัตถุประสงค์ของการจัดการทรัพยากรมนุษย์

ความสำเร็จของการออกแบบกระบวนการบริหารกำลังคนที่มีประสิทธิภาพ มีส่วนช่วยขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายที่กำหนด พร้อมสร้างความสุขแก่บุคลากรอื่นในองค์กรและสังคมตามความคิดเห็นของ อาสวาทาปา (Aswathappa, 2000) เสนอประโยชน์ของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลลัพธ์ต่อมิติทางด้านสังคม (Social Objectives) เป็นสิ่งที่ผู้บริหารต้องปฏิบัติหน้าที่อย่างเป็นธรรม คำนึงถึงผลกระทบต่อบุคลากร ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสังคมแวดล้อม สำหรับมิติทางด้านองค์กร (Organization Objectives) เป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณาเกี่ยวกับผลลัพธ์ขององค์กร รวมถึงความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้นต่อองค์กรในอนาคต สำหรับมิติทางด้านหน้าที่ (Functional Objectives) เป็นสิ่งที่ผู้บริหารที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทรัพยากรมนุษย์ ที่จะต้องคัดสรรบุคลากรที่มีคุณสมบัติแก่องค์กรพร้อมใช้งาน และมีมิติสำหรับมิติทางด้านบุคคล (Personal Objectives) เป็นการจัดสรรสวัสดิการ เพื่อสร้างสิ่งจูงใจแก่บุคลากรภายในองค์กรให้เกิดความกระตือรือร้นกับภาระงานที่ได้รับมอบหมาย แต่สำหรับแนวคิดของ ทอมสัน และแมเบย์ (Thomson and Mabey, 1994) กลับมองว่าจุดประสงค์ที่แท้จริงของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจแต่ประเภท ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบหลักสำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสามารถของบุคลากร (Capable) ที่ผู้บริหารจะต้องดึงเอาศักยภาพออกมาใช้ตอบสนองเป้าหมายขององค์กร ด้านความผูกพันต่อองค์กร (Commit) เกิดขึ้นจากตัวบุคลากรที่ตระหนักรู้ถึงความสำคัญของบทบาทหน้าที่ รวมถึงความเจริญก้าวหน้าต่อไปภายใต้ใต้อองค์กรเดิม ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เป็นทักษะของบุคลากรแต่ละคนที่จะสามารถสร้างรูปแบบวิธีการปฏิบัติงานที่แปลกใหม่ สนับสนุนระยะเวลาการปฏิบัติงานที่เร็วขึ้น ลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มีความซับซ้อน

อย่างไรก็ตาม การจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการที่ส่งเสริมให้บุคลากรได้รับประสบการณ์การเรียนรู้ตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด และยังส่งเสริมความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรตามความชำนาญแต่ละด้าน โดยใช้กิจกรรมการฝึกอบรมมุ่งเน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง (Nadler, 1980) ในมุมมองของผู้บริหารองค์กรต่างๆ กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์มีความแตกต่างกันไปตามบริบท มีแนวทางด้วยกัน 2 ลักษณะ คือ แบบแข็ง (Hard HR) โดยมุ่งเน้นการควบคุมทรัพยากรให้เกิดการบรรลุตามยุทธศาสตร์ที่ได้กำหนดไว้ก่อนก่อตั้ง องค์กร คำนึงถึงขนาดโครงสร้างองค์กรและสายบังคับบัญชาของแต่ละสายงาน ซึ่งมีขอบเขตหน้าที่ที่แตกต่างกันออกไป และแบบอ่อน (Soft HR) โดยมุ่งเน้นการสร้างคุณภาพของทรัพยากรบุคคลด้วยการบูรณาการความรู้ ภายใต้การออกแบบงานที่มีความยืดหยุ่น รวมถึงการจูงใจบุคลากรภายในองค์กรให้เกิดความศรัทธาต่ออาชีพและองค์กร (ซัจจันันต์ ธรรมจินดา, 2553: 13-15)

8.3 กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง การออกแบบกระบวนการปฏิบัติงานขององค์กร โดยกำหนดขอบเขตหน้าที่ของฝ่ายบริหารและฝ่ายปฏิบัติงานให้มีความเหมาะสมที่ชัดเจน จำเป็นต้องคัดเลือกพนักงานบริการจากคุณสมบัติให้มีความเหมาะสมกับคุณลักษณะของงาน พร้อมพัฒนาทักษะความเชี่ยวชาญและสร้างสิ่งจูงใจที่เหมาะสมกับพนักงานบริการที่ผลการปฏิบัติงานในระดับที่น่าพึงพอใจ เพื่อช่วยขับเคลื่อนองค์กรสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งมีขั้นตอนที่คล้ายคลึงและแตกต่างกันไปตามแนวคิดทฤษฎีของนักวิชาการต่างๆ สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 แสดงแนวทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์

Samuel (2012)	มณีวรรณ ฉัตรอุทัย (2551)	นิติพล ภูตะโชติ (2559)
(1) การสรรหา (Recruitment) (2) การคัดเลือก (Selection) (3) การฝึกอบรม (Training)	(1) การรับเข้าที่จะต้องกำหนด และการปฐมนิเทศเพื่อแนะนำ (2) การพัฒนาด้วยรูปแบบการฝึกอบรม (3) การสร้างแรงจูงใจจากการประเมินผลการปฏิบัติงาน และการให้ผลตอบแทนที่มีมูลค่า	(1) การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ (2) การวิเคราะห์ออกแบบงาน (3) การคัดเลือกบุคลากร

ตารางที่ 12 แสดงแนวทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (ต่อ)

Samuel (2012)	มณีวรรณ ฉัตรอุทัย (2551)	นิติพล ภูตะโชติ (2559)
(4) การประเมินผลงาน (Performance Appraisal)	(4) การรักษาด้วยบุคลากร ภายใต้ระเบียบข้อบังคับ	(4) การปฐมนิเทศบุคลากร (5) การระบุโทษทางวินัย (6) การฝึกอบรม (7) การประเมินผลการ ปฏิบัติงาน (8) การบริหารค่าตอบแทน (9) การเลื่อนตำแหน่งงาน (10) ความปลอดภัย และ สุขภาพของบุคลากร (11) การศึกษาเกี่ยวกับแรงงาน สัมพันธ์

ที่มา: จากการสังเคราะห์ข้อมูลในการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย อ้างอิงจาก Samuel (2012); มณีวรรณ ฉัตรอุทัย (2551); นิติพล ภูตะโชติ (2559)

จากตารางที่ 12 แสดงการสรุปกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ทั้งหมด 5 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ออกแบบงาน โดยจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับรายละเอียดของตำแหน่งหน้าที่งาน ผ่านวิเคราะห์งาน (Job Analysis) ได้แก่ ลักษณะงาน (Job Description) เพื่ออธิบายลักษณะของภาระหน้าที่ภายใต้กรอบระยะเวลาการปฏิบัติงานในแต่ละวัน และการมอบหมายหน้าที่ตามสายบังคับบัญชา รวมถึงคุณสมบัติเฉพาะ (Job Specification) โดยพิจารณาจากประวัติ การศึกษา ประสบการณ์ทำงาน ทักษะที่ต้องการตามสายงาน และคุณลักษณะเฉพาะ สำหรับขั้นตอนที่ 2 การสรรหาบุคลากรจากบุคลากรภายในองค์กรก่อนเป็นอันดับแรก โดยเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของพนักงานที่มีความเหมาะสมจากประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถ รวมถึงการเลื่อนตำแหน่งการบรรจุจากพนักงานจ้างชั่วคราว และยังสามารถดำเนินการโยกย้ายตำแหน่งงานของบุคลากรภายในองค์กร นอกจากนี้ ยังสามารถดำเนินการสรรหาจากแหล่งภายนอกด้วยวิธีการประกาศรับสมัคร สำหรับขั้นตอนที่ 3 การคัดเลือกโดยใช้ตัวเลือกแบบทดสอบ เช่น แบบทดสอบความถนัด (Aptitude Test) แบบทดสอบความสำเร็จ (Achievement Test) แบบทดสอบความสนใจในอาชีพ (Vocational Interest Test) และแบบทดสอบบุคลิกภาพ (Skill Interest Test)

สำหรับขั้นตอนที่ 4 การปฐมนิเทศและการฝึกอบรม ซึ่งการปฐมนิเทศบุคลากรจะแนะนำสถานประกอบการ พร้อมกับการอธิบายกฎระเบียบและนโยบาย รวมถึงสวัสดิการที่ได้รับ ได้แก่ เงินเดือน วันหยุด วันลา ค่าตอบแทน ประกันสังคม สวัสดิการ เป็นต้น ทั้งนี้การฝึกอบรมเป็นแนวทางการพัฒนาทักษะทางวิชาชีพโดยใช้รูปแบบกิจกรรมที่แตกต่างกัน เช่น การบรรยายในห้องเรียน (Lecture) การสาธิต (Demonstration) การฝึกอบรมภายใน (In House) การส่งพนักงาน

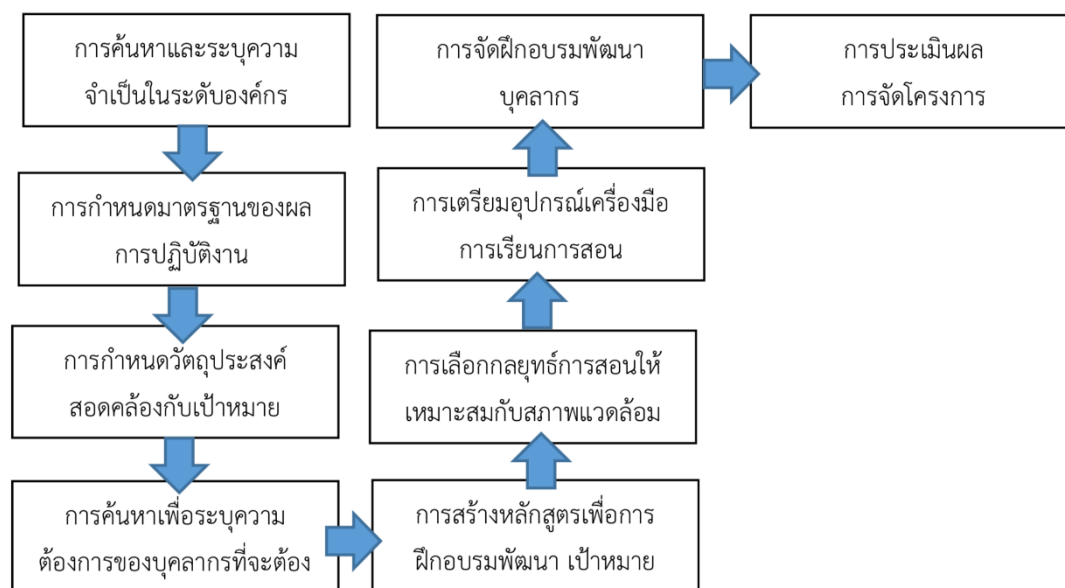
ไปฝึกอบรมภายนอก (External Training) และวิธีการแสดงบทบาทสมมติ (Role Playing) และขั้นตอนที่ 5 การประเมินผลตอบแทนและสร้างแรงจูงใจ ซึ่งผลของการปฏิบัติงานพิจารณาจากปริมาณงาน คุณภาพของงาน ความเชี่ยวชาญในงาน ความคิดริเริ่มในการทำงาน และทัศนคติ ทั้งนี้ การบริหารค่าตอบแทนนอกเหนือจากเงินเดือน สามารถเลือกใช้รูปแบบการปรับตำแหน่งงาน และการมอบสวัสดิการต่างๆ เช่น การประกันชีวิตหมู่สำหรับบุคลากรทุกคน การด้านดูแลรักษาสุขภาพ บ้านพักอาศัย วันหยุดพักผ่อนประจำปี วันลาป่วย วันหยุดตามประเพณี วันหยุดสุดสัปดาห์ รวมถึงการจัดสรรรายการอาหารแต่ละมื้อ อย่างไรก็ตาม นิติพล ภูตะโชติ (2559) นำเสนอแนวทางเพิ่มเติมเกี่ยวกับผู้ประกอบการประเภทธุรกิจโรงแรม ควรศึกษาเรื่องของการศึกษาเกี่ยวกับแรงงานสัมพันธ์ตามพระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ. 2518 ที่จะต้องตระหนักถึงบทบาทของฝ่ายนายจ้างหรือฝ่ายบริหาร บทบาทของฝ่ายลูกจ้างหรือฝ่ายพนักงาน บทบาทของรัฐบาล ซึ่งทั้ง 3 ฝ่ายจะส่งผลต่อระบบแรงงานสัมพันธ์ โดยมีกิจกรรมด้านแรงงานสัมพันธ์ที่ต้องประสานความร่วมมือระหว่างกันเพื่อรับทราบสถานการณ์ต่างๆ ได้แก่ (1) มีการประชุมผู้บริหาร หัวหน้างาน (2) มีการจัดประชุมคณะกรรมการด้านตัวแทนพนักงาน (3) การออกประกาศจดหมายหรือแถลงการณ์ต่างๆ (4) การรับฟังข้อคิดเห็นเกี่ยวกับแรงงานสัมพันธ์ (5) การจัดโครงการรับรู้ความคิดเห็นจากบุคลากรเพื่อนำไปแก้ไขปัญหาการปฏิบัติงาน (6) การวิเคราะห์แนวทางการแก้ไขปัญหาของบุคลากร และการตอบข้อคำถามที่บุคลากรตั้งข้อสงสัย

8.4 แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ฐาปนา ฉินไพศาล (2559: 7-8) อธิบายว่า แนวทางการพัฒนาบุคลากรเพื่อเตรียมความพร้อมของบุคคลตามสายงานที่จะต้องเผชิญกับสิ่งใหม่ที่มีความท้าทาย โดยบุคลากรที่อยู่ในองค์กรจะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกันนโยบาย เพื่อเตรียมความพร้อมกับการดำเนินงานใหม่ควบคู่กับการแสวงหาโอกาสที่จะปรับตำแหน่งงานระดับที่สูงขึ้น ในขณะที่ กิจจา บานชื่น และกณิกนันต์ บานชื้อ (2559: 180-182) ได้นำเสนอเกี่ยวกับหลักการพัฒนางานบุคลากร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรด้วยการพัฒนางานบุคคลต้องคำนึงถึงความแตกต่างของงานที่มีความหลากหลาย บุคลากรจำเป็นต้องยอมรับข้อคิดเห็นที่มีความแตกต่าง โดยวิธีการที่แตกต่างสามารถนำไปสู่การรับฟังข้อวิพากษ์วิจารณ์ ที่สามารถนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับการปฏิบัติงานครั้งต่อไป โดยใช้ทักษะการบริการผ่านการสนทนาที่ไพเราะ การดูแลต้อนรับบุคลากรทุกคนอย่างเท่าเทียม ในบางองค์กรอาจจะต้องใช้รูปแบบการฝึกอบรมจากวิทยากร เพื่อประสานความร่วมมือของแต่ละแผนกภายในองค์กรให้เป็นไปตามเป้าหมาย พร้อมกับการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยตัวของบุคลากรและเครื่องมือที่ทันสมัย ร่วมกับการสร้างทีมหรือกลุ่มในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี และการประสานงานระหว่างบุคลากรมีส่วนช่วยให้การปฏิบัติงานระหว่างกัน สามารถทำได้สะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีส่วนช่วยในการสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน เกิดเป็นความสุขในการปฏิบัติงาน มากกว่าการรับคำสั่งเพียงอย่างเดียว ที่ไม่ได้เกิดจากความยินยอมพร้อมใจ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบอย่างต่อเนื่องให้เกิดความก้าวหน้าอยู่เสมอ สิ่งสำคัญที่บุคลากรจะได้รับ คือ การเพิ่มทักษะการปฏิบัติหน้าที่ และการปลูกฝังทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ดังนั้นวัตถุประสงค์ที่แท้จริงบุคลากรทุกประเภทหรือตำแหน่งงาน จะต้องมีการปฏิบัติงานด้วยระดับผลการประเมินที่ดีเด่นเท่านั้น แต่เมื่อระยะเวลาการปฏิบัติงานที่ผ่านไป ส่งผลต่อความรู้และความชำนาญย่อมลดลงตามกาลเวลา รวมถึง

การปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรเดิม พร้อมกับปริมาณของภาระงานที่คงเดิม จะนำไปสู่ความเบื่อหน่ายต่อภาระงานที่ได้รับมอบหมาย

การสร้างเครื่องมือชีวิตในองค์กร จำเป็นต้องมีการสร้างตัวชี้วัดการพัฒนาบุคลากรตามกลุ่มให้ชัดเจน สามารถกำหนดวิธีการพัฒนาบุคลากร 2 ประเภท ได้แก่ (1) การพัฒนาผู้ใต้บังคับบัญชา จะถูกควบคุมโดยหัวหน้างานเพื่อตระหนักรู้ในสิ่งที่เป็นข้อมูลพื้นฐานขององค์กร พร้อมกับการสร้างระบบพี่เลี้ยงที่สามารถให้คำแนะนำได้อย่างชัดเจน และการพัฒนาผู้บริหารต้องอาศัยทัศนคติ พร้อมกับทักษะการปฏิบัติงานจากประสบการณ์ ซึ่งตัวผู้บริหารเองจะต้องเริ่มพัฒนาตนเองเสียก่อน รวมถึงการเป็นต้นแบบที่ดีของบุคลากรผู้ใต้บังคับบัญชา นอกจากนี้ผู้บริหารจะต้องมีความกระรือร้อนที่จะออกไปแสวงหาความรู้นอกสถานประกอบการอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนการนำเอาองค์ความรู้ใหม่มาอภิปรายเผยแพร่แก่บุคลากร (สมคิด บางโม, 2555: 158-159) โดยนำองค์ความรู้การกำหนดแผนยุทธศาสตร์สำหรับบริหารองค์กรสู่สภาวะปกติ จะต้องเป็นระบบที่มีความชอบธรรม รวมถึงมีกฎเกณฑ์รับรอง (The Legitimate System) เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีความเชื่อมโยงกับคุณลักษณะของทรัพยากรมนุษย์ ทั้ง 3 ประการ ประกอบด้วยพันธกิจขององค์กรที่ใช้กำหนดทิศทางในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ กลยุทธ์ขององค์กรที่สามารถสร้างความเหนือชั้นทางการเรียนรู้ของบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และการสรรหาความรู้ใหม่จากกระบวนการกำหนดกลยุทธ์ในแต่ละครั้ง ซึ่งสามารถนำไปใช้ตัดแปลงเป็นองค์ความรู้และประเด็นปัญหาแก่ทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กรต่อไป โดยจะต้องจะศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรโดยใช้ต้นแบบเพสเทล (PESTEL) หมายถึง ปัจจัยทางการเมือง (P: Political Factors) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (E: Economic Factors) ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม (S: Social and Culture Factors) ปัจจัยทางเทคโนโลยี (T: Technological Factors) ปัจจัยทางสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ (E: Environment Factors) และปัจจัยทางกฎหมาย (L: Legal Factors) เพื่อให้สามารถนำไปเป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดประเด็นปัญหาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Delahaye, 2005) จากนั้นนำไปเปรียบเทียบกับยุทธศาสตร์ขององค์กร เพื่อกำหนดกระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นภายในองค์กร นำไปเสนอขออนุมัติงบประมาณการดำเนินงานพัฒนา โดยจะต้องออกแบบและจัดทำระเบียบที่ใช้ในการพัฒนาตลอดระยะเวลาของโครงการ รวมถึงการนำไปสู่ขั้นตอนการปฏิบัติ และการประเมินผลของโครงการที่จัดขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงการวางแผนอัตรากำลังคนให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร รวมถึงการตรวจสอบผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นลำดับ อีกทั้งยังสามารถศึกษาข้อบกพร่องที่อาจมีสาเหตุมาจากกระบวนการปฏิบัติงาน และปัจจัยภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานต่อไป เช่นเดียวกับขั้นตอนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของลีโนดาทั้งหมด 8 ขั้นตอน ตามแผนภาพที่ 14 ดังนี้



ภาพที่ 14 ขั้นตอนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
 ที่มา: ศิริภัสสรค์ วงศ์ทองดี (2559: 158-159). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 14 พบว่า ขั้นตอนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เริ่มจากการค้นหาและระบุความจำเป็นในระดับองค์กร (Identify the Needs of Organization) ผู้ประกอบจะตรวจสอบข้อบกพร่องที่มีปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของบุคลากรผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง วิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นพร้อมสรรหาวิธีการแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยวิธีการฝึกอบรมพัฒนา ลำดับต่อมาผู้ประกอบการจะดำเนินการกำหนดมาตรฐานของผลการทำงาน (Specify Job Performance) ที่คาดว่าจะนำไปใช้พัฒนาศักยภาพของบุคลากร โดยการค้นหาเพื่อระบุความต้องการของบุคลากรที่จะต้องมีพัฒนา โดยสอบถามจากความคิดของบุคลากรถึงความพร้อมสำหรับการพัฒนา เปิดโอกาสที่จะแสดงความคิดเห็นเพื่อนำไปแก้ไข ในลำดับต่อไปการกำหนดวัตถุประสงค์การพัฒนาที่สอดคล้องกับเป้าหมายองค์กร (Determine Objectives) ซึ่งเป็นขั้นตอนการตรวจสอบแนวทางการพัฒนา จำเป็นต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ การฝึกอบรมจะต้องสอดคล้องวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการและพันธกิจแต่ละข้อโดยละเอียด สำหรับการสร้างหลักสูตรเพื่อการฝึกอบรมพัฒนา (Build Curriculum) โดยมอบหมายหน้าที่ของบุคลากรที่ดำเนินการ ระบุจำนวนผู้ที่คาดว่าจะเข้าร่วมโครงการ กำหนดงบประมาณที่ใช้ตามกรอบระยะเวลาตั้งแต่เริ่มต้น- สิ้นสุด ทั้งนี้ ผู้จัดโครงการจะต้องรูปแบบการฝึกอบรมพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมขององค์กรและผู้เข้าร่วมโครงการพัฒนา (Select Instructional Strategies) สามารถใช้รูปแบบกิจกรรมที่มีความหลากหลาย โดยเหมาะสมกับกลุ่มผู้เข้าร่วมโครงการ พร้อมกับการจัดเตรียมอุปกรณ์เครื่องมือการเรียนการสอน (Obtain Instructional Resources) ให้เพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าร่วมพร้อมกับการสรรหาคณะดำเนินงานในแต่ละช่วงเวลา จากนั้นผู้จัดโครงการดำเนินการจัดฝึกอบรมพัฒนาบุคลากร (Conduct Training) เป็นตามวันเวลาที่ประกาศออกไป และในกระบวนการสุดท้าย

ที่จะต้องดำเนินการประเมินผลการจัดโครงการ (Evaluation and Feedback) ตามตัวชี้วัดที่ผู้จัดโครงการตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ รวมถึงมีลำดับระยะเวลาการเฝ้าติดตามทักษะการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ต้องมีพัฒนาการเพิ่มขึ้น สามารถแก้ไขปัญหาจากการปฏิบัติงานที่ไม่มีประสิทธิภาพ

แนวทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในโรงแรมประเภทบูติค ที่ให้ความสำคัญกับแรงงานต่างชาติโดยเฉพาะกลุ่มประเทศสมาชิกในอาเซียน ซึ่งผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์จะพิจารณาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมหรือสายงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ร่วมกับการทดสอบทักษะการปฏิบัติงานตามฝ่ายหรือแผนกให้สอดคล้องกับบุคลิกภาพทางวิชาชีพ ตลอดจนการให้ความสำคัญกับภาษาและการสื่อสาร ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาไทย เนื่องจากโรงแรมประเภทบูติคเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่มีห้องจำนวนไม่มาก จำเป็นต้องมีการประเมินคุณภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริการอย่างใกล้ชิดในระยะเวลาทุก 3 เดือน ในกรณีที่มีการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะปฏิบัติงานตามนโยบายของโรงแรม จะมีการทดสอบความรู้ที่นำไปประยุกต์ใช้ในระยะเวลาไม่เกิน 2 สัปดาห์นับจากวันที่ได้มีการฝึกอบรม เพื่อให้เห็นถึงการพัฒนาอย่างชัดเจน (มธุรส เกนขุนทด และคณะ, 2559: 860) สำหรับพนักงานบริการโรงแรมที่เป็นคนรุ่นใหม่ตามผลการศึกษาของ ระชานนท์ ทวีผล และคณะ (2559: 57-59) พบว่า เป็นช่วงวัยของการเรียนรู้ จำเป็นต้องอาศัยกระบวนการฝึกอบรมและพัฒนาที่มีความแตกต่างไปจากรูปแบบเดิม โดยมุ่งเน้นให้เกิดอุปนิสัยในการรักษานโยบาย ทักษะเชิงบวกและความมุ่งมั่นต่อองค์กร ซึ่งมีข้อจำกัดที่เกี่ยวกับรูปแบบการฝึกอบรมแบบเดิมที่มีเนื้อหาไม่น่าสนใจ จำเป็นต้องออกแบบกิจกรรมการฝึกอบรมที่สนุกสนาน ช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการระดมสมองจากกลุ่มของพนักงาน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วาเลนตินี และโรเบิร์ต (Valentini and Robert, 2011) อธิบายการพัฒนากระบวนการพัฒนาทักษะของพนักงานบริการ จะต้องพิจารณาข้อบกพร่องจากการปฏิบัติงานของพนักงานบริการ ร่วมกับการกำหนดช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมกับการฝึกอบรม การเฝ้าสังเกตพฤติกรรมของพนักงานบริการระหว่างที่ดำเนินกิจกรรม เพื่อประเมินการตอบสนองของบุคลากร และการนำไปประยุกต์ใช้กับภาระหน้าที่ตามสายงาน ตามที่ได้กล่าวมาจะเห็นได้ว่า กระบวนการต่างๆ เป็นแนวทางสำคัญสำหรับโรงแรมประเภทบูติคที่เป็นโครงสร้างองค์กรขนาดเล็ก มีจำนวนบุคลากรไม่มาก ผู้ประกอบการจำเป็นต้องส่งเสริมประสิทธิภาพของการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างจริงจัง เพื่อผลักดันให้เกิดแรงงานรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพในการปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าจากสถานการณ์ต่างๆ ในแต่ละวัน ซึ่งเป็นการสร้างอัตลักษณ์ทางการบริการที่เหนือระดับกว่าโรงแรมประเภทอื่น ตลอดจนการผลักดันให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานร่วมกันเป็นทีมร่วมกับสมาชิกและการเกิดความภักดีต่อองค์กรในอนาคต

จากการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง กระบวนการส่งเสริมและพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถทางวิชาชีพของบุคลากร เพื่อวัตถุประสงค์สำหรับการนำแรงงานที่มีประสิทธิภาพไปสนับสนุนนโยบายขององค์กร คำนึงถึงความชอบธรรมและความเสมอภาคระหว่างบุคลากรทุกภาคส่วน ซึ่งกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ (1) การวิเคราะห์ออกแบบงานที่จะต้องคำนึงถึงคุณสมบัติและคุณลักษณะของบุคลากร (2) การสรรหาบุคลากรจากช่องทางภายในองค์กรและภายนอกองค์กร (3) การคัดเลือกแรงงานด้วย

วิธีการทดสอบแบบต่างๆ เช่น การสัมภาษณ์ การทดสอบความรู้ตามคุณวุฒิทางการศึกษา การทดสอบความถนัดวิชาชีพ เป็นต้น (4) การฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพของแรงงาน เช่น การรับฟัง การบรรยาย การแสดงบทบาทสมมติ การระดมสมอง การศึกษาดูงานนอกสถานที่ เป็นต้น (5) การดูแลรักษาและการจูงใจบุคลากร โดยการจัดสรรสวัสดิการและค่าตอบแทนรูปแบบต่างๆ เช่น เงินเดือน วันหยุดวันลา สิทธิรักษาพยาบาล เป็นต้น รวมถึงการเผยแพร่เกี่ยวกับกฎระเบียบข้อบังคับขององค์กรที่บุคลากรต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด พิจารณาความสอดคล้องของข้อกำหนดและพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับแรงงานไทย การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องส่งเสริมทักษะความรู้ที่เกี่ยวข้องกับสายงานให้ได้รับการยอมรับจากผู้ควบคุมการปฏิบัติงานและผู้รับบริการ

9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

9.1 งานวิจัยภายในประเทศ

ระชานนท์ ทวีผล และธีระวัฒน์ จันทิก (2560) ศึกษาเรื่อง การให้บริการแบบมืออาชีพโรงแรมประเภทบูติค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้านตามแนวทางของ Parasuraman และ (2) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการโรงแรมประเภทบูติคในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดเพชรบุรี และเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีวิทยาการศึกษาปรากฏการณ์ (Phenomenology) ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ประกอบการโรงแรมประเภทบูติคจำนวน 10 ราย ผลการศึกษาด้านความเอาใจใส่ของพนักงานบริการ ดังนี้ (1) การสร้างความประทับใจแรกแก่ผู้รับบริการตั้งแต่ครั้งแรกที่เดินทาง (2) การให้คำแนะนำตลอดระยะเวลาที่เข้าพัก (3) การคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวแก่ผู้รับบริการ (4) การจดจำรายละเอียดต่างๆ และวันสำคัญพิเศษของผู้รับบริการ (5) การวิเคราะห์พฤติกรรมล่วงหน้าที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (6) การให้ผู้เข้าพักสามารถตัดสินใจเลือกบริการพิเศษด้วยตนเอง และ (7) ผู้บริหารเข้ามามีส่วนร่วมกับการบริการ สำหรับปัญหาที่เกี่ยวข้องกับบุคลากร คือ แหล่งที่มาของแรงงานท้องถิ่นที่ไม่มีประสบการณ์การทำงาน รวมถึงคุณวุฒิการศึกษาที่ไม่ตรงตามความคาดหวังของผู้ประกอบการ

ระชานนท์ ทวีผล (2560) ศึกษาเรื่อง แนวคิดการดำเนินธุรกิจของโรงแรมกรณีศึกษา: โรงแรมประเภทบูติคในเขตเทศบาลนครเมืองเชียงใหม่ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดในการก่อตั้งและการดำเนินธุรกิจโรงแรมประเภทบูติคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีวิทยาแบบกรณีศึกษา (Case Study Approach) เพื่ออธิบายปรากฏการณ์อย่างหนึ่งอย่างเจาะลึก โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ดำเนินงานภายในโรงแรมประเภทบูติค จำนวน 8 คน และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ผลการวิจัยพบว่า แนวคิดส่วนในการก่อตั้งโรงแรมประเภทบูติคมาจากนำทรัพย์สินของตนเองมาต่อยอดเป็นธุรกิจ และรูปแบบการบริหารโรงแรมประเภทบูติคในเขตเทศบาลนครเมืองเชียงใหม่ การตกแต่งตัวโรงแรมประเภทบูติคสามารถแบ่งออกได้ 3 รูปแบบ ดังนี้ การตกแต่งสไตล์ไทยล้านนาประยุกต์ (Thai Lanna Modern) สไตล์ชิค (Chic) และสไตล์ยุคสมัยวิคตอเรีย (Victorian) สำหรับการกำหนดมาตรฐานการบริการของโรงแรมประเภทบูติค จะมีการ

นำเสนอความปลอดภัยในการเข้าพักและความสะดวกสบายภายในบริเวณโดยรอบของโรงแรมประเภทบูติค มีการบริการด้านสปา ร้านอาหาร และห้องอาหารอย่างน้อย 1 ห้องอาหาร รวมถึงพนักงานบริการมีการนำเสนอภาพลักษณ์ของธุรกิจ ด้วยการบริการเป็นกันเอง สามารถเข้าถึงตัวพนักงานบริการได้อย่างสบายใจและมีความอบอุ่น

อารียาลักษณ์ ตระกูลมุกทอง (2559) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพบริการและความภักดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพบริการและความภักดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ได้แก่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ อุตรธานี ชลบุรี และภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด การรับรู้คุณภาพบริการ และความภักดีของนักท่องเที่ยว ทั้ง 3 องค์ประกอบมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน สำหรับด้านความเอาใจใส่ เป็นการกระตุ้นหรือรื้อฟื้นในการตอบข้อซักถามจากนักท่องเที่ยว โดยจะต้องมีความรู้และทักษะในการบริการ พร้อมกับการให้ความสำคัญในการพัฒนาการบริการที่เป็นเลิศ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการต่างชาติ สอบถามข้อคิดเห็นต่อความพึงพอใจและความต้องการของผู้รับบริการชาวต่างชาติ นอกจากนี้สถานประกอบการสามารถเพิ่มเติมอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยเพื่อสร้างความปลอดภัย พร้อมกับการพัฒนาด้านความดูแลเอาใจใส่ โดยพนักงานบริการจะต้องมีความตั้งใจในการปฏิบัติหน้าที่ มีการบริหารเวลาให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทุกคน พร้อมการริเริ่มวิธีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาตินักกลับมาใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหรือบอกต่ออย่างต่อเนื่อง

มธุรส อรอนงค์ และคณะ (2559) ศึกษาเรื่อง การศึกษาศักยภาพแรงงานประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา โรงแรมประเภทบูติค เขตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาทิศทางและความคิดเห็นที่มีต่อแรงงานสัญชาติอาเซียนของโรงแรมประเภทบูติค เขตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (2) เพื่อศึกษาเกณฑ์การคัดเลือกแรงงานสัญชาติอาเซียน (3) เพื่อศึกษากระบวนการวางแผนคัดเลือก (4) เพื่อศึกษารูปแบบประเมินศักยภาพของแรงงานสัญชาติอาเซียน และ (5) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของแรงงานสัญชาติอาเซียน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยวิธีวิทยาการกรณีศึกษาเฉพาะ (Case Study Approach) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Group Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลักคือผู้จัดการแผนกทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 4 โรงแรม ดังนี้ (1) สวรรค์ บูติก รีสอร์ท หัวหิน (2) โรงแรม บ้านบาหยัน บีช หัวหิน (3) โรงแรม ชเลราญ หัวหิน และ (4) โรงแรม เดอะ ซีเครท หัวหิน ผลการวิจัยพบว่าเกณฑ์ในการคัดเลือกแรงงานในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งพิจารณาผู้สมัครจะต้องมีทักษะด้านภาษาอังกฤษ มีบุคลิกภาพที่ดี มีประสบการณ์ในการทำงานโรงแรมไม่ต่ำกว่า 2 ปี และมีใจรักในงานบริการ รวมถึงความสามารถเฉพาะด้านในแต่ละตำแหน่งงาน ทักษะทางด้านภาษาอังกฤษสมควรจะมีพื้นฐานเดิมที่สามารถสื่อสารในระดับพอใช้ แต่สำหรับบางโรงแรมให้ความสำคัญกับทักษะทางภาษาไทย ซึ่งจะใช้เป็นภาษาหลักในการสื่อสารกับผู้รับบริการ เนื่องจากกลุ่มผู้รับบริการหลักของทางโรงแรมเป็นชาวไทยมากกว่ากลุ่มผู้รับบริการชาวต่างชาติ

อภิรักษ์ สำเหนียก (2558) ศึกษาเรื่อง การศึกษาคุณภาพบริการโดยพิจารณาจากความคาดหวังและการรับรู้ต่อการบริการของโรงพยาบาลเอกชนชั้นนำในจังหวัดพิษณุโลกภายใต้

SERVQUAL Model โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ต่อการบริการ และ (2) พัฒนาคุณภาพบุคลากรตามความคาดหวังและการรับรู้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีวิทยาแบบการเปรียบเทียบค่าความแตกต่าง ผลการศึกษาพบว่า ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพของผู้รับบริการ ด้านความเอาใจใส่ที่ทั้ง 2 องค์ประกอบอยู่ในระดับมากเท่ากัน เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความคาดหวังของผู้รับบริการด้านความเอาใจใส่เกี่ยวกับอาการเจ็บป่วยเป็นการแสดงออกให้เห็นถึงกิริยาสุภาพอ่อนโยนซึ่งอยู่ในระดับมาก สำหรับการรับรู้ของผู้รับบริการด้านความเอาใจใส่ที่มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารโรงพยาบาลจะต้องเริ่มต้นจากการพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากร ด้วยหลักสูตรการอบรมเจ้าหน้าที่ พยาบาล ให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการให้บริการพยาบาลที่มีคุณภาพ ร่วมการพิจารณามาตรฐานขององค์กรตามที่ได้ประกาศออกไป คำนึงถึงการจัดสรรเวลาการให้บริการแต่ละจุด โดยเพิ่มจำนวนบุคลากรให้เพียงพอต่อภาระงาน สามารถช่วยลดระยะเวลาการรอรับบริการได้ดียิ่งขึ้น

สุพจน์ ปงคำเพย และสุริยา สัมจันทร์ (2558) ศึกษาเรื่อง การยกระดับคุณภาพการให้บริการของบุคลากรแผนกโรงแรมแม่บ้าน ในธุรกิจโรงแรมประเภทบูติกในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อถอดบทเรียนแผนกแม่บ้านในธุรกิจโรงแรมประเภทบูติก (2) เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแผนกแม่บ้านในโรงแรมประเภทบูติก และ (3) เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการของบุคลากรแผนกแม่บ้านในธุรกิจโรงแรมประเภทบูติกในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน โดยเก็บข้อมูลจากบุคลากรแผนกแม่บ้านในโรงแรมประเภทบูติกจาก 3 แห่ง มีจำนวน 43 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเพียงจำนวน 10 คน จากนั้นดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 10 คน ร่วมกับการเก็บข้อมูลนักวิชาการด้านโรงแรมจำนวน 5 คน ผลการศึกษาพบว่า ความเอาใจใส่เป็นทักษะของพนักงานบริการที่จะต้องรับฟังข้อคิดเห็นจากผู้รับบริการทุกประการ โดยมีการออกแบบวิธีการฝึกอบรมพนักงานให้เป็นผู้ใฝ่เรียนรู้ช่างสังเกต มีการจัดเตรียมสิ่งให้ผู้รับบริการชอบและไม่ชอบให้เป็นทางเลือกที่หลากหลาย ซึ่งจะต้องกำหนดกฎระเบียบไว้ใช้สำหรับเป็นข้อบังคับให้บุคลากรจะต้องไม่เปิดเผยความลับของผู้รับบริการ สามารถสร้างความอบอุ่นด้วยรอยยิ้ม รวมถึงให้พนักงานบริการฝึกทักษะการจดจำพฤติกรรมของผู้รับบริการด้วยวิธีการจดบันทึกเบื้องต้น เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับการสร้างการบริการที่เหนือความคาดหวัง

ภาวีน บุญเสริมวงศ์กิจ (2558) ศึกษาเรื่อง โครงการจัดตั้งธุรกิจโรงแรมประเภทบูติก เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์นีโอสตาร์เพื่อกลุ่มธุรกิจ SME โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าบูติกเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ บริเวณมักกะสัน เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้รับบริการที่เข้าพักอาศัยในอพาร์ทเมนท์ บริเวณ Airport Link สถานีราชปรารภ จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผลลัพธ์หรือตัวอาคาร สถานที่ตั้ง และพนักงานให้บริการ ทางโครงการจัดให้มีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาให้กับผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็ว โดยใช้ทักษะการมีมนุษยสัมพันธ์และความเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นอย่างดีพร้อมทั้งมี ความชำนาญในการบริการ สามารถดูแลผู้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อตอบสนองตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ ก่อให้เกิดความประทับใจและไว้วางใจที่จะใช้บริการในครั้งต่อไป และมีกลุ่มบุคลากรจำนวนหนึ่งที่มีความเชี่ยวชาญงานด้านบริการ

ตลอด 24 ชั่วโมง เช่น พนักงานต้นห้อง (Butler) คอยอำนวยความสะดวกสบายระหว่างการเข้าพัก รวมทั้งการเพิ่มตำแหน่งหน้าที่ของพนักงานทำความสะอาดและซักรีด

นิตยา พร้ารวราว (2558) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียน: กรณีศึกษาโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความคิดเห็นด้านความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียนที่มีต่อคุณภาพบริการ (2) วิเคราะห์ช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียนที่มีต่อคุณภาพบริการ (3) แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียนเป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน ซึ่งดำเนินการใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวอาเซียนที่เข้าพักโรงแรมจำนวน 400 คน สำหรับงานวิจัยเชิงปริมาณ ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารโรงแรมจำนวน 4 แห่ง ผลการศึกษาพบว่า ช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวอาเซียนที่มีต่อคุณภาพบริการด้านความเอาใจใส่ โดยนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและการรับรู้ที่แตกต่างกัน คือ นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในทุกปัจจัย ซึ่งพนักงานบริการจะต้องสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาอื่นๆ ได้ดี และพนักงานต้องมีความเข้าใจผู้รับบริการที่แตกต่างกัน เช่น การกล่าวทักทายผู้รับบริการพร้อมชื่อ พนักงานบริการโดยไม่เลือกปฏิบัติ การบริการของพนักงานมีความสม่ำเสมอ การจัดเวลาที่สะดวกต่อผู้รับบริการ การเก็บข้อมูลของผู้รับบริการในการนำไปใช้ครั้งต่อไป สำหรับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเสนอว่าพนักงานต้องพัฒนาพนักงานบางคนยังไม่สามารถสนทนาภาษาอังกฤษอย่างเร่งด่วน ในมุมมองความคิดเห็นของผู้บริหารเสนอแนวทางการพัฒนาความเอาใจใส่ไปยังทักษะการสื่อสาร โดยมีภาษาอังกฤษและภาษาที่สามหรือกลุ่มภาษาอาเซียน

จินห์จุฑา ชัยเสนา ดาลลาส (2558) ศึกษาเรื่อง ความเอาใจใส่พลังเพื่อพัฒนาวิชาชีพพยาบาล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องความเอาใจใส่มุมมองของการปฏิบัติพยาบาล และการฝึกทักษะเพื่อเพิ่มประสบการณ์ความเอาใจใส่ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีวิทยาการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทฤษฎีความเอาใจใส่ และมุมมองของประสบการณ์วิชาชีพพยาบาล ผลการศึกษาพบว่า ความเอาใจใส่เป็นสิ่งที่ต้องพัฒนาเพื่อสร้างความก้าวหน้าทางวิชาชีพ สามารถคาดคะเนความต้องการของผู้ป่วยได้ ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้ (1) การให้ข้อมูลเพื่อช่วยจินตนาการคุณภาพของบุคคล (Knowledge informed Imagery) โดยศึกษาประวัติและสถานะสุขภาพ (2) การเข้าใจตัวตนในการดำรงอยู่ของบุคคล (Knowledge existential being) โดยสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ หรือใช้วิธีการตั้งคำถามเกี่ยวกับเป้าหมายในอนาคต (3) การฟังอย่างลึกซึ้ง (Deep Listening) พยายามศึกษาเกี่ยวกับปมปัญหาที่แท้จริง (4) การฝึกสะท้อนคิดเพื่อตระหนักรู้ ในตนเอง (Practice of reflectivity for self awareness) ควรเริ่มต้นค้นหาและเข้าใจในมุมมองของตนเอง พร้อมกับทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญ และความเชื่อ

รัฐจวน ประวัตเมือง (2558) ศึกษาเรื่อง แนวทางการยกระดับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ วัฒนธรรมล้านนาสู่การบริหารธุรกิจโรงแรมตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภูมิปัญญา อัตลักษณ์ วัฒนธรรมล้านนา ระดับสุนทรียภาพ และวิเคราะห์การบริหารด้วยวิธีวิทยาแบบผสมผสานเริ่มต้นด้วยการวิจัยคุณภาพจากเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มย่อย จากนั้นตามด้วยการวิจัยเชิงปริมาณจากแบบสอบถามในกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่า สำหรับการบริการต้อนรับผู้เข้าพักที่มาเยือนในอัตลักษณ์

ความเป็นล้าหน้าทางด้านการแต่งกายมาใช้ในการแต่งกายของพนักงานพนักงานบริการโรงแรมทุกคน พร้อมส่งเสริมให้พนักงานบริการใช้ภาษาถิ่น หรือ คำเมือง เป็นคำกล่าวทักทาย รวมถึงการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้าหน้าในบริบทของพื้นที่ ซึ่งจะต้องเริ่มต้นจากตัวของพนักงานบริการเสียก่อน เพื่อเป็นตัวแทนในการปฏิสัมพันธ์และเผยแพร่ไปยังกลุ่มของผู้รับบริการทุกคน

ปวีณา ศิวาลัย และรัตพงษ์ สอนสุภาพ (2557) ศึกษาเรื่องการปรับตัวของธุรกิจโรงแรมไทยเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา: โรงแรมอิมโพเรียมสวีท บาย ชาเทรียม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการปรับตัวของธุรกิจโรงแรมไทยเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (2) ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการของโรงแรมอิมโพเรียม บาย ชาเทรียม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ที่มีประสบการณ์ตรงในธุรกิจโรงแรม ร่วมกับวิจัยเอกสารต่างๆ ผลการศึกษาพบว่า (1) การเตรียมความพร้อมสำหรับการปรับราคาห้องพักและกิจกรรมส่งเสริมการขาย การสรรหาแรงงานที่มีทักษะทางด้านภาษาและงานเฉพาะด้าน รวมถึงการให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้เข้าพักรายเก่า (2) การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและการพัฒนาบุคลากรภายในองค์กร นอกจากนี้ นโยบายด้านการบริการที่สำคัญสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้เข้าพักได้ รับความรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน หลังที่สอง โดยการบริการที่นำเสนอรูปแบบความเป็นไทย เช่น การไหว้ การยิ้ม การทักทายชื่อผู้รับบริการ เป็นต้น การแสดงความเอาใจใส่ที่พนักงานบริการจะต้องสามารถรับฟังปัญหาและช่วยเหลือแก้ไข การสื่อสารถึงความพร้อมในการให้บริการและทำให้ผู้เข้าพักอยากกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป

เอกชัย ศิริสกุลชัย และฉัฐวัฒน์ ลิ้มปัสพงษ์ (2557) ศึกษาเรื่องการจัดการความรู้และผลการดำเนินงาน: หลักฐานเชิงประจักษ์จากธุรกิจโรงแรมในกลุ่มจังหวัดสนุก (มุกดาหาร นครพนม และสกลนคร) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการจัดการความรู้ที่ส่งผลต่อการให้บริการที่เป็นเลิศ (2) ศึกษาการจัดเก็บความรู้ที่ส่งผลต่อการให้บริการที่เป็นเลิศ (3) ศึกษาการแบ่งปันความรู้ที่ส่งผลต่อการให้บริการที่เป็นเลิศ และ (4) ศึกษาการให้บริการที่เป็นเลิศ ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณและใช้วิธีวิทยาแบบการถดถอยพหุคูณ ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารโรงแรมจำนวน 211 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารโรงแรมต้องให้ความสำคัญกับการสร้างบริการในระดับที่เหนือความคาดหวังของผู้รับบริการ และการบริการจะต้องมีการแตกต่างกับคู่แข่ง ด้วยวิธีการนำเสนอการบริการที่แปลกใหม่ ซึ่งต้องหมั่นสอบถามความต้องการของผู้รับบริการอยู่เสมอ สามารถนำไปสู่การให้บริการที่เป็นเลิศ นอกจากนี้ ผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญกับการจัดการความรู้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้วยทักษะของบุคลากรในองค์กร โดยการแสวงหาความรู้เพิ่มเติมตามสายงานด้วยการฝึกอบรม ควบคู่กับการศึกษาความต้องการของผู้รับบริการในปัจจุบันและอนาคต

บุษรินทร์ ถาวรินทร์ (2557) ศึกษาเรื่อง ศักยภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย: กรณีศึกษาโรงแรมบูติคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์ระดับความสำคัญของคุณลักษณะของโรงแรมประเภทบูติค และนำมาปรับปรุงการออกแบบของโรงแรมให้เกิดความแตกต่างและตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น (2) วิเคราะห์ความพึงพอใจในปัจจุบันประสมทางการตลาดบริการของโรงแรมประเภทบูติคให้นำไปสู่ศักยภาพการ

แข่งขันอุตสาหกรรมโรงแรม และ (3) สามารถนำผลที่ได้ไปพัฒนาศักยภาพของธุรกิจโรงแรม ประเภทบูติคอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นพื้นฐานในการวิจัยครั้งต่อไป การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้การแบบผสมผสาน สำหรับวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์กับผู้รับบริการชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้าพักในโรงแรมประเภทบูติคจำนวน 12 คน ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณโดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามกับผู้รับบริการชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้าพักในโรงแรมประเภทบูติคจำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ความสำคัญของคุณลักษณะโรงแรมประเภทบูติค ผู้รับบริการให้ความสำคัญมากในเรื่องของการให้บริการที่เป็นส่วนตัว ความเป็นมิตรของพนักงาน การแตกต่างภายในที่เป็นเอกลักษณ์ ความทันสมัย ความรวดเร็วในการบริการ และความสะอาดสบายของเฟอร์นิเจอร์ ห้องนั่งเล่น ในส่วนของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการที่พนักงานบริการความพึงพอใจมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ตามลำดับ

ศุภลักษณ์ สุริยะ (2556) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรม เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน กรณีศึกษา: โรงแรมประเภทบูติค กรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวอาเซียนที่ส่งผลต่อความคาดหวัง และการรับรู้ในคุณลักษณะคุณภาพบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรมประเภทบูติค (2) ระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวอาเซียนที่มีต่อคุณลักษณะคุณภาพบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้า (3) ศึกษาถึงช่องว่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้รับบริการอาเซียนที่มีต่อคุณลักษณะคุณภาพบริการ และ (4) เสนอแนะแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าในโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน เป็นงานวิจัยเชิงผสมผสาน สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลผู้รับบริการอาเซียนที่เข้าพักโรงแรมประเภทบูติค ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 28 แห่ง สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลสัมภาษณ์หัวหน้างานแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรมประเภทบูติค ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 แห่ง ผลการศึกษาพบว่า โรงแรมประเภทบูติคทั้ง 28 แห่ง มี 4 ประเภท ได้แก่ (1) Chic Hotel (2) Hip Hotel (3) Design Hotel และ (4) Lifestyle Hotel โดยผู้รับบริการชาวอาเซียนมีความคาดหวังก่อนการเข้ารับบริการในด้านความเอาใจใส่ของผู้รับบริการสูงกว่าการรับรู้หลังการเข้ารับบริการ ซึ่งมีแนวทางการพัฒนาด้านความเอาใจใส่แก่ผู้รับบริการควรจะมุ่งเน้นไปที่ความเข้าอกเข้าใจเป็นรายบุคคล เนื่องจากแต่ละบุคคลมีความต้องการที่แตกต่างกัน สามารถพิจารณาได้จาก เพศ ช่วงอายุ รายได้ และปัจจัยสนับสนุนอื่นอีกมากมาย เพื่อให้ความสามารถของบุคลากรในการสร้างบริการแบบเฉพาะเจาะจง แต่พนักงานบริการจะต้องไม่เลือกปฏิบัติกับผู้รับบริการบางราย พร้อมกับโรงแรมจะต้องเริ่มบันทึกข้อมูลความต้องการพิเศษของผู้รับบริการไว้ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าพักครั้งต่อไป

รสสุคนธ์ แซ่เฮีย (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม คุณภาพบริการ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการชาวต่างชาติที่ใช้บริการโรงแรมระดับห้าดาวแห่งหนึ่งใน จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม คุณภาพบริการ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีวิทยาแบบการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยคุณภาพ

บริการด้านความเอาใจใส่ ประกอบด้วย (1) พนักงานให้ความใส่ใจในความต้องการของผู้รับบริการ เป็นรายบุคคล (2) พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพเป็นมิตรมีอัธยาศัยไมตรีต่อผู้รับบริการ (3) พนักงานบริการสามารถจดจำผู้รับบริการและความชอบไม่ชอบของผู้รับบริการได้ และ (4) นโยบายของโรงแรมแสดงให้เห็นถึงการดูแลและห่วงใยผู้รับบริการเป็นอย่างดี ซึ่งทั้งหมดส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการชาวต่างชาติ

วสันต์ กานต์วรรัตน์ (2556) ศึกษาเรื่อง การประเมินคุณภาพบริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมประเภทบูติค กรณีศึกษาโรงแรมเชียงใหม่ แมนชั่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นและประเมินคุณภาพบริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมประเภทบูติค กรณีศึกษาโรงแรมเชียงใหม่ แมนชั่น เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 25 คน ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พนักงานต้อนรับส่วนหน้า และผู้จัดการแผนกต้อนรับส่วนหน้า เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาพบว่า คุณภาพบริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าอยู่ในเกณฑ์ดี ประกอบด้วย 5 ด้าน (1) ด้านความเป็นสิ่งที่จับต้องได้ (Tangible) การตกแต่งอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีเอกลักษณ์ที่สะดุดตา (2) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีการให้ข้อมูลที่ชัดเจนควบคู่กับเอกสาร (3) ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว (Responsiveness) พนักงานบริการมีการโต้ตอบทันที พร้อมติดตามปัญหาที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (4) ด้านความเชื่อมั่น (Assurance) พนักงานบริการด้วยอัธยาศัยดี สุภาพอ่อนโยน แสดงออกถึงความมั่นใจในความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สิน (5) ด้านความเอาใจใส่ (Empathy) ความเข้าใจในวัฒนธรรมของแต่ละชาติและภาษา ความพยายามใช้ภาษากายและภาษาเขียนในการสื่อสาร

กานต์ จำรูญโรจน์ และ สมบัติ ศาสตร์รุ่งรงค์ (2555) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาเครื่องมือ Jefferson Scale of Physician Empathy-Student Version (ฉบับภาษาไทย) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบคุณสมบัติในการวัดของ Jefferson Scale of Physician Empathy (JSPE) ฉบับภาษาไทย ที่ศึกษาความแตกต่างของคะแนนความเอาใจใส่ (Empathy) กับผู้ป่วย เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิธีวิทยาการจับกลุ่มปัจจัย (Factor Analysis) เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาแพทย์ ทั้งชาย-หญิงแต่ละชั้นปี พบว่า JSPE ฉบับภาษาไทยมีทั้งหมด 5 ด้าน (1) การดูแลเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด (Compassionate care) (2) การเข้าใจที่ชนะ (Perspective Taking) (3) ความเข้าใจถึงความยากลำบากในมุมมองของผู้ป่วย (Difficulties in taking patient's perspective) (4) ความสามารถในการอยู่ในมุมมองของผู้ป่วย (Ability to stand in patient's shoes) (5) การสื่อสารด้วยภาษากาย (Verbal/nonverbal communication) ซึ่งนักศึกษาแพทย์หญิงมีคะแนนประเมินสูงกว่านักศึกษาแพทย์ชาย ค่าความแปรปรวนสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 6 มีคะแนนน้อยที่สุด มีคุณสมบัติการวัดจิตวิทยาอยู่เกณฑ์ดี ควรศึกษาเกี่ยววัฒนธรรมของนักศึกษาเพิ่มเติม เนื่องจากอาจส่งผลต่อความเอาใจใส่ต่อไปได้

จารุรัศมี ธนสิงห์ และ วารินทร์ มัชฌิมบุรุษ (2555) ศึกษาเรื่อง แนวทางการบริหารจัดการโรงแรมประเภทบูติค กรณีศึกษาโรงแรมระรินจินดา เวลเนส สปา รีสอร์ทเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทและแนวทางในการบริหารจัดการโรงแรมประเภทบูติค และเพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการโรงแรมประเภทบูติค ในโรงแรมระรินจินดาเวลเนสสปารีสอร์ท จังหวัดเชียงใหม่

เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า บริบทและแนวทางในการบริหารจัดการโรงแรมประเภทบูติค เป็นโรงแรมที่ด้านมิติการบริการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ จะนำมาซึ่งความพึงพอใจในการบริการและส่งผลให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้งของผู้รับบริการ บนพื้นฐานของความครบถ้วนและรวดเร็วกว่าโรงแรมเครือข่ายประเภทอื่นๆ เนื่องจากความได้เปรียบทางด้านขนาดพื้นที่ ทำให้การเข้าถึงวิธีการสร้างความคุ้นเคย การจดจำรายละเอียดของผู้รับบริการ ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า มิติด้านการบริการที่มุ่งเน้นการบริการที่ใกล้ชิดความต้องการพื้นฐานของผู้รับบริการ ให้ความรู้สึกเหมือนกับการมาพักอาศัยในบ้านหลังที่สอง ซึ่งทางโรงแรมได้กำหนดมาตรฐานในการบริการเริ่มต้นตั้งแต่การต้อนรับด้วยน้ำมะพร้าว จากนั้นจะนำพาผู้เข้าพักได้เยี่ยมชมส่วนต่างๆ ของโรงแรม พร้อมกับการบอกเล่าประวัติความเป็นมาของโรงแรม ซึ่งเป็นความแตกต่างจากโรงแรมประเภทอื่นๆ ที่ไม่สามารถทำได้เช่นนี้ เนื่องด้วยจำนวนผู้รับบริการเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการสร้างปฏิสัมพันธ์กับพนักงานบริการ

ธนสิทธิ์ สุขสุทธิ และคณะ (2555) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและแนวทางการแก้ไข ปัญหาของผู้รับบริการโรงแรมขนาดเล็ก สู่การยกระดับมาตรฐาน มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษา ลักษณะ รูปแบบ และมาตรฐานการบริการของโรงแรมขนาดเล็กในปัจจุบัน (2) ศึกษาความคาดหวังของผู้รับบริการโรงแรมที่มีต่อการให้บริการของโรงแรม ได้แก่ พนักงานบริการ สถานที่ที่ให้บริการ อุปกรณ์อำนวยความสะดวก คุณภาพการให้บริการของโรงแรมขนาดเล็ก (3) เพื่อศึกษาปัญหาของผู้รับบริการโรงแรมขนาดเล็กที่เกิดจากการให้บริการของโรงแรมในแผนกทั้ง 4 แผนกคือ การบริการส่วนหน้า การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การบริการห้องพัก และการบริการเสริมอื่นๆ เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน ผลการศึกษาพบว่า พนักงานแผนกการบริการส่วนหน้า มีความสามารถด้านการต้อนรับ การทักทาย การแสดงความพร้อม และความสามารถด้านการสื่อสาร การให้คำแนะนำที่มีความถูกต้อง ชัดเจน สุภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานแผนกการบริการห้องพัก ความสามารถด้านการทำความสะอาด อยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานแผนกการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ความสามารถด้านการดำเนินการระบบจองโต๊ะอาหารถูกต้อง อยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานแผนกบริการเสริมอื่นๆ ความสามารถด้านการให้ความช่วยเหลือ อยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาในการเข้าใช้บริการเกี่ยวกับการให้บริการของบุคลากรโดยรวม ได้แก่ การพูดจาไม่ไพเราะต่อผู้รับบริการ และการบริการที่ขาดทักษะความไม่เป็นมืออาชีพ ดังนั้นผู้จัดการโรงแรมควรส่งเสริมการฝึกอบรมทักษะด้านการให้บริการ การอธิบายเกี่ยวกับนโยบายของโรงแรมและบริการแต่ละส่วน พร้อมกับการพัฒนาทักษะด้านสื่อสาร โดยเริ่มต้นจากการรับฟังปัญหาของผู้รับบริการที่เกิดขึ้น หลักการกำหนดคุณภาพบริการควรยึดหลักการสร้างการบริการอย่างเท่าเทียมกัน เป็นไปตามมาตรฐานของโรงแรมที่ได้ประกาศเอาไว้ชัดเจน

ภัทรภร ชัยพุทธรพันธ์ และ ราณี อิศิชัยกุล (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจโรงแรมประเภทบูติคขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาลักษณะของการดำเนินธุรกิจโรงแรมประเภทบูติคขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร (2) ศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยทางการบริหาร ตามกรอบแนวคิด 7S ต่อธุรกิจโรงแรมประเภทบูติคขนาดเล็ก (3) ศึกษาถึงความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจโรงแรมประเภทบูติคขนาดเล็ก (4) ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยการบริการกับความสำเร็จของ

ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมประเภทบูติคขนาดเล็ก เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งดำเนินการเก็บรวบรวมจากประชากรทั้งหมดของโรงแรมประเภทบูติคจำนวน 83 แห่ง ใช้แบบสอบถาม พร้อมการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารของโรงแรมประเภทบูติคจำนวน 5 ท่าน ผลการศึกษาพบว่า โรงแรมประเภทบูติคขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนห้องพักประมาณ 7 – 79 ห้องขึ้นไป ทั้งหมด 17 แห่ง ที่ดำเนินกิจการด้วยรูปแบบการบริหารงานแบบเครือข่าย มีปัจจัยสนับสนุนให้โรงแรมประเภทบูติคประสบความสำเร็จ คือ การบริการที่ประทับใจจากพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงมา คือ การมีเอกลักษณ์เฉพาะของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 18.18 และมีทำเลที่ตั้งที่ดี คิดเป็นร้อยละ 10.61 ความสำเร็จที่เกิดขึ้นพิสูจน์ให้เห็นว่า โรงแรมประเภทบูติคจากพื้นฐานของการเลือกทำเลที่ตั้ง คุณภาพบริการ และการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งโรงแรมประเภทบูติคจะมีข้อได้เปรียบเรื่องของการสร้างความคุ้นเคยและได้รับการยอมรับจากผู้รับบริการได้มากกว่าโรงแรมประเภทอื่นๆ

น้ำเพชร อยู่สกุล (2553) ศึกษาเรื่อง ความเป็นเลิศในการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะที่สำคัญ ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสายการบินแห่งชาติ ระหว่างกลุ่มที่มีผลการปฏิบัติงานบริการ ดีเลิศ ปานกลาง และต่ำ (2) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงานบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ที่มีผลการปฏิบัติงานดีเลิศ ปานกลาง และต่ำ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะที่สำคัญด้านการทำงาน จากผลการวิจัยการปฏิบัติงานบริการของกลุ่มดีเลิศ มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมแบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านอายุงาน บุคลิกภาพการฝึกอบรม ความภาคภูมิใจต่อองค์กร และปัจจัยคุณสมบัติการทำงาน ได้แก่ ความสามารถในการจัดการ ความรู้และทัศนคติ ความพร้อมในการทำงาน การทำงานเป็นทีม จากการนำคุณลักษณะของบุคลากรทั้ง 3 กลุ่มมาทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบ พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะด้านบุคลิกภาพ ได้แก่ ความรู้สึกรับถือตนเอง ความสามารถ แรงจูงใจ ปฏิภาณในการเกิดอารมณ์และลักษณะนิสัยที่สะสมจากประสบการณ์ชีวิต และปัจจัยคุณสมบัติด้านการทำงาน ได้แก่ การทำงานกลุ่มที่ดี การเตรียมความพร้อมสำหรับการปฏิบัติงาน และความภาคภูมิใจในอาชีพตนเอง

กรรณิการ์ พันทอง (2550) ศึกษาเรื่องการพัฒนาความเอาใจใส่ผู้อื่นของวัยรุ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนาความเอาใจใส่ของวัยรุ่น เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณด้วย วิธีวิทยาการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักเรียนวัยรุ่นอายุระหว่าง 14 – 16 ปี ในระดับชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 3 – 4 จำนวนทั้งหมด 743 คน จำแนกเป็นเพศชายจำนวน 307 คน และเป็นเพศหญิงจำนวน 436 คน และทำการสุ่มผู้ร่วมทดลองด้วยความสมัครใจ จำนวน 12 คน เป็นกลุ่มการทดลองก่อน พร้อมกับการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการศึกษาพบว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความเอาใจใส่มี 3 องค์ประกอบ คือ การอ่านความรู้สึกหรืออ่านอารมณ์ผู้อื่น ความสามารถในการเข้าใจผู้อื่นตามสถานการณ์ทางสังคม และความต้องการที่จะเอื้อเฟื้อช่วยเหลือผู้อื่น นอกจากนี้ นักเรียนหญิงจะมีความเอาใจใส่ผู้อื่นมากกว่านักเรียนชาย

9.2 งานวิจัยต่างประเทศ

ซาเวียร์ และคณะ (Xavier et al., 2016) ศึกษาเรื่อง ทฤษฎีการเรียนรู้ความเอาใจใส่ด้านปัญญาต่อการพัฒนาอาชีพที่ยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบข้อโต้แย้งเกี่ยวกับแรงจูงใจที่อยู่เบื้องหลังการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประเภทการปฏิบัติอย่างยั่งยืน และประเภทการรับรองการปฏิบัติที่ยั่งยืนอยู่กับความเอาใจใส่ที่มีต่อความยั่งยืน เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีวิทยาแบบการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) โดยสำรวจด้วยการใช้แบบสอบถามจากธุรกิจของชาวละตินอเมริกาเกี่ยวกับแรงจูงใจ เพื่อรับรองแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่า มีทั้งหมด 4 กลุ่มประกอบด้วย (1) ราคา (2) ความชอบธรรม (3) ความเป็นธรรมชาติ (4) วิธีการดำเนินชีวิต สำหรับความยั่งยืนพิจารณาได้จากระดับความต้องการแต่ละบุคคล โดยมุ่งเน้นไปยังผู้ที่ได้รับผลตอบแทนพิจารณาจากการกระทำที่ช่วยเหลือตนเองหรือผู้อื่นด้วย นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสามารถพิจารณาได้จากวัฒนธรรมหรือบรรทัดฐานที่เป็นกลุ่มนิยม ธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตซึ่งมีข้อขัดแย้งกับวัฒนธรรมที่เน้นผลประโยชน์จากตัวบุคคลเป็นสิ่งสำคัญ

ฮาเซล (Hazel, 2016) ศึกษาเรื่อง ความเอาใจใส่และการท่องเที่ยว: ข้อจำกัดและความเป็นไปได้ เป็นการส่งเสริมความเกี่ยวเนื่องกับอารมณ์ เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมความคิด ความเอาใจใส่ เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวหลากหลายด้าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทในปัจจุบันที่มีศักยภาพต่อความเอาใจใส่ในการเผชิญหน้าทางการท่องเที่ยวและการวิจัยทางการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่าการพัฒนาความเข้าใจด้วยการวิเคราะห์ตำแหน่งของความเอาใจใส่ในการท่องเที่ยว ซึ่งให้ความสำคัญกับการพิจารณาถึงข้อจำกัดและความเสี่ยงของความเอาใจใส่มีผลมาจากความอับอายที่เกิดจากความไม่มั่นคงทางความรู้สึก โดยผลการศึกษาได้คำนึงถึงความเป็นไปได้ของความเอาใจใส่ในการท่องเที่ยวและการวิจัยที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ในบริบทที่หลากหลายของความเอาใจใส่เป็นสิ่งที่ถูกกระตุ้น ได้รับการยกย่องว่าเป็นเครื่องมือทางอารมณ์ที่ก่อให้เกิดความเข้าใจต่อสังคม มีความเห็นใจแก่ผู้อื่นมากขึ้น รวมถึงการนำคำถามเพื่อไปเชื่อมต่อระหว่างกิจกรรมท่องเที่ยวและงานวิจัยในอนาคตต่อไป

คริสติน่า (Kristina, 2015) ศึกษาเรื่อง เบื้องหลังแนวคิดการดำเนินงานโรงแรมประเภทบูติคในประเทศสเปน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก และเพื่อศึกษาแนวคิดคุณภาพบริการจากพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคในประเทศสเปน เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีวิทยาการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยมีขั้นตอนแรกเริ่มต้นศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีร่วมกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ในระดับปริญญาโทขึ้นไป ได้แก่ คุณลักษณะของโรงแรมประเภทบูติค องค์ประกอบของประสบการณ์นักท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และการจัดการคุณภาพบริการ ให้สอดคล้องกับชุดคำถามที่ดัดแปลงมาจากวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้ง 2 ข้อ ในขั้นตอนที่ 2 สืบค้นความคิดเห็นออนไลน์จากเว็บไซต์ทริปแอดไวเซอร์ (Tripadvisor) รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรมประเภทบูติคจำนวน 6 คน ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่าโรงแรมประเภทบูติคเป็นนวัตกรรมของการดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวแบบพิเศษ โดยการออกแบบสถานที่ให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ สามารถสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ด้วยความท้าทายในปัจจุบันพบว่าโรงแรมประเภทบูติคในสเปนได้หันมานำเสนอความหรูหราและบริการที่

ครบวงจร นอกจากนี้ พนักงานบริการต้องหมั่นสำรวจความคิดเห็น หรือสอบถามข้อบกพร่องของงานบริการอยู่เสมอ การกล่าวทักทายต้อนรับด้วยความกระตือรือร้น พร้อมกับการศึกษาความต้องการเฉพาะรายบุคคล เช่น รูปแบบสินค้าและบริการ ระยะเวลาที่เหมาะสม เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ข้อบกพร่องของพนักงานโรงแรมประเภทบูติคสเปน คือ ภาษาที่เหมาะสมสำหรับการต้อนรับ แสดงให้เห็นทักษะที่บกพร่องของพนักงานจะต้องนำกลับมาปรับปรุงพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

ก๊อท์ และ วัง (Gnoth and Wang, 2015) ศึกษาเรื่อง ความรู้ที่แท้จริงและการเอาใจใส่ทางการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออภิปรายบทบาทที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวในการสร้างความเข้าใจด้านวัฒนธรรมและความสงบสุข เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสืบค้นข้อมูลเอกสารอ้างอิงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้เอาใจใส่ตั้งแต่ปี 2003 – 2012 ผลการศึกษาพบว่า ความเอาใจใส่ที่ปรากฏขึ้นในการท่องเที่ยว สามารถสัมผัสได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ประกอบด้วย (1) บริบทความรู้ที่ร่วมกันของคนต่อผู้รับบริการที่มีความต้องการที่หลากหลาย (2) การท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (3) การนำทางและการใช้สามในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สิ่งสำคัญของการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานบริการต้องสร้างตัวตนให้เสมือนผู้มีความรู้ความเข้าใจด้านประวัติศาสตร์ภายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งต้องใช้ทักษะความรู้ที่ร่วมกันที่เกิดขึ้นมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยว โดยอาศัยการวิเคราะห์ที่มีต่อความเอาใจใส่ และสามารถเข้าไปสวมบทบาททางความรู้สึกของผู้อื่นได้เป็นอย่างดี

เจอร์เกน และ นิงค์ (Juergen aand Ning, 2015) ศึกษาเรื่อง ความรู้ที่แท้จริงและความเอาใจใส่ในการท่องเที่ยว เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับทฤษฎีของธรรมชาติ ความรู้ การดำรงอยู่ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่า หลักสูตรแบบเก่ามีข้อบกพร่องมากมาย การได้มาซึ่งความรู้ความจริงต้องอาศัยหลักของเหตุผลที่ถูกต้อง ซึ่งจะอยู่ในมิติของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงจากประสบการณ์ในการเดินทาง ดังนั้นความเอาใจใส่เป็นความจริงส่วนหนึ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้จากการเข้าร่วมกิจกรรม และความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนเจ้าบ้านและผู้มาเยือน ภายในแหล่งท่องเที่ยวความสำคัญพนักงานบริการควรเตรียมความพร้อมที่จะขยายหรือเพิ่มข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาทุกช่วงเวลา เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะขาดความรู้ความเข้าใจในบริบททางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และประเพณีของท้องถิ่น

อาลี และคณะ (Ali et al., 2015) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของวิธีการบอกเล่าเรื่องราวโดยการเขียนบอกเล่าเรื่องราวทางการท่องเที่ยวต่อความเอาใจใส่และความตั้งใจในการเดินทาง ซึ่งแนวทางการคิดที่น่าสนใจเกี่ยวกับการบอกเล่าเรื่องราวสามารถดึงดูดพฤติกรรม เช่น การตลาดแบบปากต่อปาก ซึ่งขณะเดียวกันยังเป็นข้อจำกัดทางการตลาดทางการท่องเที่ยวที่พบเจอในปัจจุบัน งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นคว้าเชิงประสบการณ์มีความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของการบอกเล่าเรื่องราว ความเอาใจใส่ และเจตนาที่เกี่ยวกับพฤติกรรมต่อจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้อ่านเรื่องราวการท่องเที่ยว จำนวน 155 คน ผลการศึกษาพบว่า สุนทรียศาสตร์ที่ได้สัมผัสโครงสร้างการบรรยายการอ้างอิงตนเองในฐานะผู้ร่วมเดินทาง จะเกิดขึ้นกับความเอาใจใส่ของผู้อ่านแสดงให้เห็นว่าความเอาใจใส่ก่อให้เกิดการตอบสนองทางอารมณ์ในเชิงบวกและเจตนาที่เกี่ยวกับพฤติกรรม และ

จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว สุดท้ายในงานวิจัยนี้ได้แนะนำการบรรยายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ต้องคำนึงถึงสุนทรียภาพ โครงสร้างการบรรยาย การนำเสนอเรื่องราวที่ตรงต่อประเด็นที่ผู้อ่าน และความเอาใจใส่ที่สื่อสารถึงความรู้สึกร่วม ซึ่งจะถูกพิจารณาเพื่อใช้เป็นตัวกำหนดของอารมณ์ในการวิจัย เกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยวต่อไป

แพทริเซีย และคณะ (Patricia et al., 2015) ศึกษาเรื่อง ความรู้เอาใจใส่และความ เป็นอยู่ที่ดีในพยาบาลแผนกฉุกเฉิน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสิ่งที่ขาดหายไปในระหว่างการรักษา อาการเจ็บป่วยโดยพยาบาลแผนกฉุกเฉิน เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณแบบภาคตัดขวาง โดยสามารถ พิจารณาได้จากคุณสมบัติที่มีความเหมาะสมของพนักงานบริการในตำแหน่งพยาบาลวิชาชีพ ประกอบด้วย ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ความเอาใจใส่ ความเจ็บปวดทางจิตใจ และสุขภาวะใน กลุ่มของพยาบาลแผนกฉุกเฉิน จำนวน 30 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ควบคู่กับการ เปรียบเทียบกลุ่ม และการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ ผลการศึกษาพบว่า พยาบาลแผนกฉุกเฉินมีความ เอาใจใส่ระดับต่ำ ความเจ็บปวดทางจิตวิทยาระดับสูงและความเป็นอยู่ที่ดีในระดับต่ำ นอกจากนี้ ความเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความเป็นอยู่ที่ดี รวมถึงควรส่งเสริมให้พยาบาลและนักศึกษาแพทย์ เข้าร่วมการฝึกอบรมกับการเอาใจใส่ ซึ่งจะเห็นได้ว่าสุขภาวะเป็นตัวแปรที่สำคัญเพียงตัวเดียวเท่านั้นมี ความสัมพันธ์กับความเอาใจใส่

เฮเรน่า (Helena, 2014) ศึกษาเรื่อง ความรู้สึกต่อภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว กรณีสึกขาโพโตรัส โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบสถานะทางอารมณ์ที่มีต่อภาพลักษณ์การ ท่องเที่ยวในเมืองโพโตรัส เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ เก็บรวบรวม ข้อมูลในหลายสถานของเมืองโพโตรัส มีกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวจำนวน 417 คน ร่วมกับการใช้ สถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ของโพโตรัสเป็นสถานที่ที่ผ่อนคลายและสร้างความสุข แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในขณะที่เดียวกันโพโตรัสยังคงให้ความรู้สึกไม่ทำลาย เกิดเป็นความเบื่อหน่าย สำหรับนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม เป็นลักษณะทางอารมณ์ที่แตกต่างเกิดขึ้นตามกลุ่มของนักท่องเที่ยวเชิง สุขภาพและนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ทั้งนี้ นักการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวสามารถนำเสนอกิจกรรมและ รูปแบบการประชาสัมพันธ์ในมิติที่แตกต่างการ เพื่อส่งเสริมการรับรู้ของนักท่องเที่ยวได้อย่าง ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เดวี และเฮรี่ (Devi and Herry, 2014) ศึกษาเรื่อง ประเมินผลมูลค่าการรับรู้ของผู้บริโภคโรงแรมประเภทบูติกในเมืองที่เป็นเอกลักษณ์ต่อความตั้งใจซื้อ กรณีสึกขา: อาร์ท��เทล กรุงจาการ์ต้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินมูลค่าการรับรู้ของผู้รับบริการในโรงแรมประเภทบูติก เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพในลักษณะของการก่อตั้งโครงการเฉพาะโดยทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่ เกี่ยวข้อง ควบคู่กับการวิเคราะห์บริบทแวดล้อมภายในเขตพื้นที่เฉพาะ ผลการศึกษาพบว่า การสร้างแรงดึงดูดผู้บริโภคด้วยการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาเพื่อดึงดูด ผู้บริโภคในช่วงเทศกาลต่างๆ นอกจากนี้ การออกแบบและตกแต่งภายในด้วยผลงานศิลปะที่งดงาม ด้วยการวาดผนังห้องจากศิลปินท้องถิ่นชาวอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นการสร้างอัตลักษณ์ของกิจการให้ แตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น อีกทั้งยังเป็นแนวคิดสำหรับการออกแบบสินค้าและบริการให้เป็นไปตาม ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหลักที่ชื่นชอบศิลปะ โดยใช้ลักษณะทางกายภาพที่เป็นองค์ประกอบ การหลักสำหรับการสื่อสารทางด้านอารมณ์

ลาธา (Lara, 2014) ศึกษาเรื่อง การสร้างแบรนด์ของโรงแรมประเภทบูติก การจัดการ และการรับรู้ของพนักงานในองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการกำหนดตำแหน่งของแบรนด์จากสามตัวแปร ได้แก่ วิธีการสื่อสาร ความสอดคล้องพฤติกรรม และพิจารณาค่านิยมหลัก รวมถึงการรับรู้ของพนักงานบริการของโรงแรมประเภทบูติก เป็นงานวิจัยผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ ผลการศึกษาของงานวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า การตรวจสอบพนักงานโรงแรมประเภทบูติกที่สนับสนุนทัศนคติและพฤติกรรมต่อการปฏิบัติงานโรงแรม และการมีส่วนร่วมเชิงปริมาณที่ระบุความสัมพันธ์การสร้างตราสินค้าภายใน สำหรับผลการศึกษาของงานวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า การสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้จัดการทั่วไปอธิบายว่า ทักษะการปฏิบัติที่ดีที่สุดจะเป็นข้อมูลที่มีค่าเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์โรงแรมประเภทบูติก ส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดการรับรู้ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมที่ตนเองต้องการอย่างแท้จริง

เฮียร์นาย และ วินเซนต์ (Hyounae and Vincent, 2014) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในการตอบสนองต่อการวิจารณ์ออนไลน์เชิงลบในโรงแรม ผลกระทบต่อความเอาใจใส่ การตีความ และความรวดเร็ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบ 3 สำหรับการตอบสนองต่อการวิจารณ์ออนไลน์เชิงลบในโรงแรม ได้แก่ คำพูดที่แสดงถึงความเอาใจใส่ การตีความปัญญา ความรวดเร็วในการตอบสนองปัญหา ซึ่งโดยทั่วไปการตอบสนองควรจะมีหลักการปฏิบัติที่เหมือนกับการตอบคำถามต่อสิ่งที่ผู้รับบริการไม่พึงพอใจ บนพื้นฐานของสมมติฐานต่อการวิจารณ์ในเชิงลบ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยทบทวนการถอดเทรคคำพูดที่แสดงถึงความเอาใจใส่ของผู้อื่น มีส่วนช่วยปรับปรุงและพัฒนาการตอบสนองความพึงพอใจได้อย่างเหมาะสมกับผู้รับบริการ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้รับบริการจำนวน 176 คน ผลการศึกษาพบว่า ความเร็วในการตอบสนองเพื่อแก้ไขความไม่พึงพอใจต่อการวิจารณ์ออนไลน์ ไม่มีผลต่อการประเมินความเอาใจใส่ของผู้รับบริการ สำหรับการปรับใช้ทฤษฎีของผลการวิจัย คือ การตอบสนองออนไลน์ควรประกอบไปด้วยทฤษฎีอยู่บนพื้นฐานของการปฏิสัมพันธ์ที่แสดงออกถึงความยุติธรรม และการรับฟังอย่างกระตือรือร้นต่อความไม่พึงพอใจแบบเผชิญหน้าจากผู้รับบริการ ความแตกต่างระหว่างการวิจารณ์แบบเผชิญหน้าโดยตรงต่อบุคคลกับแบบออนไลน์ คือ เวลาที่ใช้ตอบสนองต่อบทวิจารณ์แบบเผชิญหน้า เป็นการแสดงออกถึงการตื่นตัวต่อความยุติธรรมทางการบริการ สำหรับแนวคิดที่อยู่เบื้องหลังการวิจัยครั้งนี้ ยังคงอธิบายถึงวิธีที่ดีที่สุดสำหรับผู้จัดการโรงแรมที่แสดงความเอาใจใส่ต่อบทวิจารณ์ออนไลน์ ที่จะต้องอาศัยการตีความอย่างมีวิจารณญาณอย่างเหมาะสม

สลาเลย์ และคณะ (Sharareh, 2014) ศึกษาเรื่อง ทำไมนักท่องเที่ยวจะถูกดึงดูดไปยังโรงแรมประเภทบูติก: กรณีของเกาะปีนังประเทศมาเลเซีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความน่าสนใจของคุณลักษณะโรงแรมประเภทบูติกที่ผ่านการตรวจสอบปัจจัยที่ผลักดันให้นักท่องเที่ยวพิเศษ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยเก็บรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมประเภทบูติกในเกาะปีนังจำนวน 133 คน ผลการศึกษาพบว่าโรงแรมประเภทบูติกในเกาะปีนังมีคุณลักษณะพิเศษทั้งสิ้น 4 มิติ ได้แก่ การบริการแบบพิเศษแบบรายเฉพาะบุคคล การกำหนดคุณสมบัติห้องพัก การเพิ่มเติมความสะดวกสบาย และการออกแบบตกแต่งโรงแรม สำหรับหลักการพิจารณาการเข้าพักโรงแรมประเภทบูติกในเกาะปีนังของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการบริการ

พิเศษแบบรายบุคคล สิ่งอำนวยความสะดวก การกำหนดราคา การเลือกทำเลที่ตั้งและการออกแบบโรงแรม ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่ต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยว สิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมของกลุ่มตลาดเป้าหมายในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว พร้อมกับการปรับแนวทางการตลาดให้มีความร่วมสมัย

ออร์นัล และคณะ (Arnaud et al., 2013) ศึกษาเรื่อง มาตรการวัดความเอาใจใส่พื้นฐานในผู้ใหญ่ (BES-A) โครงสร้างองค์ประกอบของรูปแบบที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วจาก 2 องค์ประกอบหลัก คือ ความเอาใจใส่ด้านปัญญา และความเอาใจใส่ด้านอารมณ์ ซึ่งแต่เดิมใช้วัดระดับความเอาใจใส่ในวัยรุ่น การวิจัยครั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อตรวจสอบเครื่องมือมาตรวัดความเอาใจใส่พื้นฐานในผู้ใหญ่ (BES-A) และ (2) เปรียบเทียบแนวความคิดที่แตกต่างของความเอาใจใส่ในผู้ใหญ่ชาวฝรั่งเศส จำนวน 370 คน และ 160 คน เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ดำเนินการทดสอบตามมาตรวัดความเอาใจใส่ ด้านการแพร่ระบาดทางอารมณ์ ด้านความเอาใจใส่ทางปัญญา ด้านการควบคุมอารมณ์ โดยใช้วิธีวิทยาการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าโครงสร้าง 3 องค์ประกอบ ซึ่งเป็นโมเดลที่ดีที่สุดสามารถอธิบายได้ถึงข้อมูลเชิงลึกที่เหมาะสม นอกจากนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยได้ยืนยันถึงความสัมพันธ์ที่ได้มีการสังเกตมาจากรั้งก่อนระหว่างความเอาใจใส่ ตามที่ได้ประเมินในแบบวัดความเอาใจใส่พื้นฐาน (BES) และระดับอื่นที่ถูกนำมาใช้ในกระบวนการวัดทางอารมณ์ ผลการวิจัยได้ทำให้เกิดความชัดเจนว่าความรู้สึกรวมสามารถพิจารณาว่าเป็นกระบวนการอิสระ แนวความคิดความเอาใจใส่อยู่บนพื้นฐาน 3 องค์ประกอบนี้ มีความสอดคล้องกับมุมมองที่มีการผสมผสานมากขึ้น สามารถใช้วัดความเอาใจใส่ได้อย่างแท้จริง โดยใช้แบบ 2 องค์ประกอบ หรือ 3 องค์ประกอบของแบบวัดดังกล่าว

เชลฟาลิ (Shelfali, 2013) ศึกษาเรื่อง การรับรู้ของผู้รับบริการในโรงแรมประเภทบูติคกรณีศึกษานำร่อง เบลล่า วิสต้า ในปารีสร์กูลา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคที่เข้าพักในโรงแรมประเภทบูติค เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการแจกจ่ายแบบสอบถามด้วยระบบออนไลน์ จำนวน 60 คน ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคที่เดินทางมาเข้าพักโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสัมผัสกับประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากที่พักประเภทอื่น ซึ่งโรงแรมประเภทบูติคสามารถสร้างการรับรู้ในระดับที่มากที่สุด โดยผู้รับบริการจะมีกระบวนการรับรู้ถึงความแตกต่างจากโรงแรมระดับหรูที่เคยเข้าพักในครั้งก่อน ทำให้ผู้บริโภคมีระดับการยอมรับสูงขึ้นและมีทัศนคติเชิงบวกต่อโรงแรมประเภทบูติค สอดคล้องกับภาพรวมของธุรกิจโรงแรมของประเทศอินเดียที่มีการเพิ่มจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง การประสานต่อแนวคิดความหรูหราที่จะต้องผสมผสานลงในโรงแรมประเภทบูติคจึงเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการที่จะต้อง รวมถึงการออกแบบอาคารสถานที่ให้เป็นน่าดึงดูดใจ และการออกแบบวิธีการส่งมอบบริการที่จะต้องคำนึงถึงพฤติกรรมส่วนบุคคลของกลุ่มผู้รับบริการให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

โดร่า และคณะ (Dora et al., 2013) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลด้านปัญญาและด้านอารมณ์ของภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นจุดปลายทาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบลักษณะลำดับขั้นของความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในเมืองลากอส ประเทศโปรตุเกส จำนวน 379 คน ด้วยแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับการให้นิยามสิ่งที่ปรากฏของ

เมืองลากอส เป็นภาพในจินตนาการที่จะบรรยายละเอียดให้ชัดเจน และอารมณ์ที่คาดหวังเกี่ยวกับสถานที่ของเมืองลากอส ผลการศึกษาพบว่า การสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างยืนยันแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ตามลำดับขั้นไม่มีหลักฐานเชิงประจักษ์ จากการตรวจสอบทฤษฎีที่มีอิทธิพลขององค์ประกอบความคิดที่ต้องทำความเข้าใจในมิติของพฤติกรรมอยู่ในระดับสูงขึ้นไป โดยองค์ประกอบด้านอารมณ์จะเพิ่มผลกระทบการบริหารจัดการ เช่นเดียวกับภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นเมื่อเชื่อมโยงความรู้สึกที่ดีแก่สถานที่ สำหรับมิติทางพฤติกรรมที่เพิ่มสูงขึ้นมีผลมาจากการให้คำแนะนำจากการบอกต่อแบบปากต่อปาก นอกจากนี้ การวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับบทบาททางอารมณ์ในการแสดงประสบการณ์ท่องเที่ยว การสร้างตราสินค้าและการสื่อสารเกี่ยวกับจุดหมายปลายทางเป็นสิ่งที่ต้องศึกษาเพิ่มเติมต่อ

ตาวหวัง (Tao Wang, 2013) ศึกษาเรื่อง กรณีศึกษาแรงจูงใจของผู้รับบริการในโรงแรมประเภทบูติกในเซี่ยเหมิน ประเทศจีนใช้ทฤษฎีแรงผลักดัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงผลักดันและแรงดันที่เป็นปัจจัยต่อการเข้าพักในโรงแรมประเภทบูติกในเซี่ยเหมิน เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้ทฤษฎีแรงผลักดันในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว โดยใช้สถิติพรรณนาเพื่ออธิบายรายละเอียดของผู้เข้าพักจากแบบสอบถาม โดยใช้วิธีวิทยาแบบการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ผลการศึกษาพบว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบหลักของแรงจูงใจมาจากประสบการณ์ระหว่างบุคคลและเครือข่ายสังคมของผู้รับบริการได้มาจากแรงจูงใจในการผลักดัน นอกจากนี้ ประโยชน์ที่เกี่ยวกับปัจจัยจูงใจผู้รับบริการจะได้รับประโยชน์ผู้จัดการโรงแรมโดยการเลือกใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่สามารถแสดงถึงความเข้าใจที่ผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นวิธีการตระหนักถึงความเอาใจใส่แบบพิเศษ

ดีซ่าดีย์ และ ไฮโลว่า (Decety and Svetlova, 2012) ศึกษาเรื่อง การผสมผสานแนวคิดการพัฒนาการและภาวะวิทยาในความเอาใจใส่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นวิธีการบำบัดพฤติกรรมความก้าวร้าวส่วนบุคคลให้ลดระดับลงได้เป็นอย่างดี เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่า ความบกพร่องของความเอาใจใส่เพิ่มมากขึ้น จะส่งผลให้บุคคลไม่สามารถดำรงอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างเหมาะสม อาจก่อให้เกิดภาวะความผิดปกติทางอารมณ์ตามมาได้ เช่น โรคซึมเศร้า ความวิตกกังวล โรคเครียด เป็นต้น สำหรับค่าสหสัมพันธ์เชิงลบได้ถูกสังเกตระหว่างอาการทางจิตเวชและกระบวนการทางด้านอารมณ์ได้ถูกค้นพบว่า เป็นความบกพร่องในโรคจิตเวช สามารถเกิดขึ้นทันทีในระหว่างขั้นตอนของการสร้างความเอาใจใส่ เช่นเดียวกับกระบวนการตอบสนองทันทีของแนวคิดการแสดงตัวตนทางด้านปัญญาและอารมณ์มีความเกี่ยวข้องกับความเอาใจใส่ของกลุ่มผู้ที่มีความบกพร่องทางร่างกายและปัญญา ดังนั้นจำเป็นต้องฝึกฝนการควบคุมอารมณ์ตนเองอย่างสม่ำเสมอ

วาเลนตินี และโรเบิร์ต (Valentini and Robert, 2011) ศึกษาเรื่อง การสร้างความท้าทายของกระบวนการฝึกอบรมในอุตสาหกรรมบริการด้วยวิธีการสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลกระทบของความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กรในพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกขององค์กรของพนักงานโรงแรม 5 ดาวในเขตไฮปารีสทางตอนเหนือ เป็นงานวิจัยแบบผสมผสานวิธีเริ่มต้นด้วยวิจัยเชิงคุณภาพจากการระบุข้อมูลเชิงลึกของผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรม มีระยะเวลาการสัมภาษณ์ประมาณ 1 ชั่วโมง ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึกร่วมกับการตีความแบบอุปนัย

ซึ่งผู้ให้ข้อมูลให้ความหมายของการฝึกอบรมที่เหมาะสม จะต้องมีการตรวจสอบความคาดหวังด้วยของพนักงานด้วยวิธีการประเมินเพื่อปรับตำแหน่งให้สูงขึ้น รวมถึงปัญหาการกำหนดระยะเวลาการปฏิบัติงานที่เคร่งครัดสามารถสร้างความเครียดแก่พนักงาน ดังนั้นการกำหนดเวลาการฝึกอบรมจะต้องสามารถจัดสรรเวลาที่มีความยืดหยุ่นและดำเนินไปตามกรอบระยะเวลาที่ชัดเจน นอกจากนี้การตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหาการฝึกอบรมให้เหมาะสมกับตำแหน่งงาน เช่น ผู้จัดการพนักงานทั่วไป นักศึกษาฝึกงาน เป็นต้น ซึ่งการพัฒนาเนื้อหาการฝึกอบรมให้มีความร่วมสมัยจากการสืบค้นในระบบออนไลน์ การปรับปรุงวิธีการถ่ายทอดความรู้ให้เกิดความสนุกสนาน ตลอดจนการสร้าง ความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการอบรมในแต่ละครั้งให้มีความชัดเจน สำหรับงานวิจัยเชิงปริมาณด้วยการวิธีวิทยาการถดถอยพหุคูณ พบว่า ความพึงพอใจในงานมีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กร และมีผลเชิงลบต่อความตั้งใจลาออกจากงาน ทั้งนี้ การฝึกอบรมจะเป็นแนวทางสำคัญที่ใช้ในการยกระดับคุณภาพการปฏิบัติงานให้มีความเป็นมืออาชีพ พร้อมกับการสร้างความสุขระหว่างการทำงานที่ปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายอย่างมีความสุขภายในองค์กร

โมฮามัด และแอบดุล (Mohamad and Abdul, 2011) ศึกษาเรื่อง ผลของสัญญาณทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อข้อผูกมัดทางอารมณ์บนความตั้งใจที่จะลาออกจากงานของผู้จัดการโรงแรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบวิธีการทำสัญญาทางจิตวิทยาทางอารมณ์ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณที่เกี่ยวกับการจ้างงานที่เกี่ยวข้องอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว เนื่องจากอัตราส่วนการหมุนเวียนลาออกจากของพนักงานมีระดับสูงขึ้นในโรงแรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มของผู้จัดการเป็นหนึ่งในความกังวลที่สำคัญในการวิจัยและปฏิบัติ เป็นความท้าทายสำหรับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว คือ การรักษาพนักงานที่มีทักษะสูงเหล่านี้ โดยใช้วิธีวิทยาการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมกับสถิติเชิงพรรณนา ซึ่งเก็บรวบรวมแบบสอบถามจำนวน 380 ชุด ผลการศึกษาพบว่ามาตรการสัญญาทางจิตวิทยา ประกอบด้วย (1) ความมุ่งมั่นทางอารมณ์ที่มีต่อการลาออกจากงาน (2) โอกาสในการโปรโมทหรือปรับตำแหน่งงานในอนาคตส่งผลต่อการลาออกจากงาน (3) ช่วงอายุส่งผลต่อการลาออกจากงาน และ (4) ภาระหน้าที่ส่วนบุคคลและครอบครัว สำหรับข้อเสนอแนะจากการวิจัยอธิบายว่าผู้จัดโรงแรมต้องมีทักษะการปฏิบัติงานรอบด้าน เช่น งานอาหารและเครื่องดื่ม งานห้องพัก งานต้อนรับ เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในแต่ละวันที่แตกต่างกันไป รวมถึงจะต้องสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองและพนักงานคนอื่นๆ

ไฮลีน และคณะ (Hailin et al., 2011) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการสร้างตราสินค้า: การบูรณาการแนวความคิดของตราสินค้าและภาพลักษณ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและทดสอบแบบจำลองทางทฤษฎีของการสร้างตราสิน้าร่วมกับแนวคิดของการสร้างและภาพลักษณ์ของตราสินค้า เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยมีนักท่องเที่ยวภายในประเทศกลุ่มประชากร โดยกำหนดตัวอย่างจำนวน 379 คน ร่วมกับการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการสำรวจพฤติกรรมก่อนการวางแผนเดินทาง พร้อมกับวิธีวิทยาการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและสมการเชิงโครงสร้าง ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ของแบรนด์เป็นตัวกลางระหว่างด้านความคิด ด้านอารมณ์ ด้านอัตลักษณ์ของภาพลักษณ์ และด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอนาคต ซึ่งภาพลักษณ์ของตราสิน้ามี่ผลกระทบต่อด้านความคิดและด้านอารมณ์ สำหรับด้านความคิด ประกอบด้วย การบูรณาการ

ประสบการณ์ สถานที่ท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน และกิจกรรมท่องเที่ยว นอกจากนี้ ด้านอารมณ์ ประกอบด้วย ความรื่นรมย์ ความผ่อนคลาย และความตื่นเต้น

อิวาน่า และคณะ (Ivana et al., 2011) ศึกษาเรื่อง การวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้และสิ่งที่ได้รับจากระบบการบริหารจัดการการโรงแรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายถึงแนวความคิดและการวัดประเมินผลของคุณภาพบริการในการโรงแรม อัตราความคาดหวังของผู้รับบริการ และการคิดคำนวณช่องว่างของโมเดลคุณภาพบริการที่วัดระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการ รวมถึงการได้รับบริการจริงจากนักการตลาด (SERVQUAL) เป็นสิ่งที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด สามารถประมาณการด้วยวิธีการค้นหาสาเหตุที่แม่นยำของการขาดคุณภาพบริการ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีเป้าหมายที่จะวัดประเมินคุณภาพในการบริการในโรงแรมสปา ซึ่งจะถูกนำเสนอในบทความนี้ งานวิจัยนี้ได้ถูกศึกษาในโรงแรมที่มีมาตรฐานการบริการอยู่ในระดับสามดาว มีทำเลตั้งอยู่ที่ศูนย์กลางที่มีนักท่องเที่ยวไปมากที่สุด ในเซอเปีย โดยผู้วิจัยได้สร้างรายการคำถาม 28 ข้อสำหรับคุณคุณสมบัติของโรงแรม รายการแต่ละข้อถูกส่งไปยังเจ้าหน้าที่วิชาการของแผนกภูมิศาสตร์ การท่องเที่ยวและการจัดการโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพบริการด้านความเอาใจใส่ประกอบด้วย (1) การให้ความสนใจผู้รับบริการแต่ละบุคคล (2) บุคลากรมุ่งเน้นในความสนใจของผู้รับบริการ (3) บุคลากรเข้าใจความต้องการเฉพาะของผู้รับบริการ (4) เวลาการทำงานเป็นสิ่งที่ควรอย่างสะดวกให้กับผู้รับบริการ แสดงให้เห็นถึงความคาดหวังของผู้รับบริการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ผลการศึกษานี้จึงอาจมีความสำคัญสำหรับผู้ประกอบการในการบริการโรงแรมและช่วยให้เกิดการพัฒนาของธุรกิจผ่านการปรับเปลี่ยนความต้องการด้านผลิตภัณฑ์และบริการของผู้รับบริการในโรงแรม

มุณีโอ และคณะ (Meneo et al., 2010) ศึกษาเรื่อง ความรู้ความเข้าใจการศึกษาชาติพันธุ์วรรณนาโครโนนาจากผู้เข้าชมฮอตสปริงรีสอร์ท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเข้าชมฮอตสปริงรีสอร์ทในประเทศญี่ปุ่น เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่อธิบายข้อสันนิษฐานเกี่ยวกับผู้ที่มีลักษณะแตกต่างกัน โดยจะแสดงกิจกรรมที่แตกต่างกันตามสถานที่ที่ผู้เข้าชม มีจำนวน 21 กลุ่ม ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบที่แตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่ากิจกรรมที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกมีทั้งสิ้น 4 รูปแบบ ได้แก่ กิจกรรมการรับประทานอาหารพื้นถิ่นที่แปลกใหม่ กิจกรรมน้ำพุร้อนสาธารณะ กิจกรรมพักผ่อนในโรงแรม กิจกรรมประเภทบันเทิงและการเลือกซื้อสินค้าท้องถิ่น ทั้งนี้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้เข้าชมที่มีความหลากหลาย ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของการได้รับความสะดวกสบายควบคู่กับความสนุกสนานในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการนำวงจรคุณภาพ PDCA เข้ามาประยุกต์ใช้การวิเคราะห์การทำแผนปฏิบัติการที่สามารถตอบสนองความคาดหวังของผู้เข้าชม และยังสามารถประเมินผลของกิจกรรมต่างๆ เพื่อหาข้อบกพร่องสำหรับใช้ปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

มายา (Maja, 2010) ศึกษาเรื่อง การศึกษาโครงสร้างของโมเดลช่องว่างสำหรับการจัดการโรงแรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายเกี่ยวกับโครงสร้างของโมเดลช่องว่างในการจัดการคุณภาพบริการที่ใช้ในการบริหารจัดการโรงแรม เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีวิทยาแบบโมเดลสมการเชิงโครงสร้าง ซึ่งงานวิจัยนี้ใช้ผู้เชี่ยวชาญจากอุตสาหกรรมโรงแรมในสโลเวเนียจำนวน 15 คน ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ แบบออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 ได้แก่ ช่องว่างด้านการวางตำแหน่ง

(Positioning Gap) ช่องว่างด้านคุณลักษณะเฉพาะทาง (Specification Gap) และช่องว่างการประเมินผล (Evaluation Gap) ใช้ระดับการวัดแบบ Likert Scale ลำดับคะแนนอยู่ระหว่าง 1-7 สำหรับกลุ่มที่ 2 ได้แก่ ช่องว่างด้านผู้ประสานงานและกระบวนการจัดส่ง (Contact Personal with the Service Delivery Gap) และช่องว่างในการสื่อสาร (Communication gap) ใช้ระดับการวัดแบบ Likert Scale ลำดับคะแนนอยู่ระหว่าง 1-5 แต่งานวิจัยนี้นำเสนอเพียงกลุ่มที่ 1 เท่านั้น ผลการศึกษาพบว่าโมเดลช่องว่างเกี่ยวกับระบบการจัดการโรงแรม กรณีศึกษาสโตนไฮล์ ปัญหาที่ใหญ่ที่สุด คือ การขาดการอุทิศตนของผู้จัดการโรงแรมต่อการกำหนดการลักษณะเฉพาะของการบริการในโรงแรม โมเดลควรได้รับการทดสอบกับวิธีทางสถิติสำหรับการวิเคราะห์หัตถ์แปรหลากหลายตัว เช่น การวิเคราะห์องค์ประกอบ การวิเคราะห์ผลกระทบของแต่ละช่องว่าง และผู้จัดการโรงแรมควรมีความพยายามมากขึ้นในการรับรู้ข้อมูลของผู้รับบริการเพื่อนำกลับไปวางแผนพัฒนาคุณภาพบริการให้มีประสิทธิภาพ

ปิง (Ping, 2008) ศึกษาเรื่อง กระบวนการสืบค้นส่วนบุคคลและผลกระทบต่อความมุ่งมั่นทางอารมณ์ขององค์กรธุรกิจใอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนาแบบทางแนวคิดทฤษฎีความมุ่งมั่นอารมณ์ และทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความมุ่งมั่นทางอารมณ์ระดับบุคคลที่มีผลต่อการปฏิบัติงานในองค์กร เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีวิทยาการการสร้างแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างร่วมกับวิธีวิทยาการถดถอยพหุคูณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริการในองค์กรธุรกิจรีสอร์ท จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ความมุ่งมั่นทางอารมณ์มีผลเชิงบวกต่อบุคคลและผลการปฏิบัติงาน ซึ่งความมุ่งมั่นของพนักงานบริการจะส่งผลต่อความพึงพอใจในงานและการรับรู้คุณภาพบริการที่แท้จริงขององค์กร สำหรับการปรับเปลี่ยนรูปแบบการประเมินแล้วผลการปฏิบัติงานในกระบวนการตรวจสอบเพิ่มขีดความสามารถของพนักงานนั้น ไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญกับความมุ่งมั่นของอารมณ์และการรับรู้คุณภาพการให้บริการของพนักงาน รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถด้วยการเสริมสร้างศักยภาพของพนักงานไม่ได้เป็นตัวบ่งชี้ที่ถูกต้องในภาพรวมของคุณภาพบริการ

อนา และคณะ (Ana et al., 2008) ศึกษาเรื่อง ความรู้ความเข้าใจในอายุเป็นเกณฑ์อธิบายนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดของความรู้ความเข้าใจในอายุและการใช้งานเป็นตัวแปรเมื่อแบ่งกลุ่มการตลาดของผู้สูงอายุ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยการวัดตัวแปรที่ได้รับการพัฒนามิติที่ใช้เป็นการกระทำต่อความรู้สึก การมีสุขภาพที่ดี การลำดับความคิด และความคาดหวัง จากการสำรวจผู้สูงอายุจำนวน 400 คน ที่มีอายุมากกว่า 55 ที่ได้รับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่าวิเคราะห์องค์ประกอบหลักในการสกัดปัจจัยของช่วงอายุกับความรู้ความเข้าใจ มีส่วนเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจละพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ สิ่งสำคัญที่จะต้องศึกษาลักษณะทางร่างกายผู้สูงอายุที่มีความแตกต่างจากช่วงวัยอื่นๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับข้อจำกัดในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะต้องออกแบบให้เหมาะสม นอกจากนี้การพัฒนาการทางด้านความรู้ของผู้สูงอายุยังมีผลสืบเนื่องมาจากประสบการณ์ที่ผ่านมาช่วยต่อยอดความรู้ได้มากยิ่งขึ้น ส่งต่อความคาดหวังในกิจกรรมการท่องเที่ยวสูงขึ้นตามไปด้วย ซึ่งนักการตลาด

สามารถแบ่งกลุ่มตลาดเป้าหมายย่อยในกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อนำไปใช้เชื่อมโยงประเพณีและขนบธรรมเนียมในสมัยโบราณให้เกิดความน่าสนใจอีกครั้ง

ยูเวนไรดา และคอนสตาคิโออานิกา (Ioannidou and Konstantikaki, 2008) ศึกษาเรื่อง ความเอาใจใส่และความฉลาดทางอารมณ์ ความจริงเกี่ยวข้องกับอะไร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวความคิดที่เกี่ยวกับการสร้างความเข้าใจที่ใช้เป็นบทบาททางสังคม เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีวิทยาการวิเคราะห์เอกสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความเอาใจใส่และความฉลาดทางอารมณ์ ซึ่งเป็นทักษะของการรับรู้ (Self-perceived ability) ที่ช่วยให้บุคคลสามารถเข้าสังคมได้ดียิ่งขึ้น ผลการศึกษาพบว่าความเอาใจใส่เป็นทักษะที่แสดงให้เห็นให้ผู้อื่นทราบว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญทางอารมณ์ สามารถควบคุมตนเองเมื่อเผชิญหน้ากับสถานการณ์ต่างๆ โดยจะต้องเฝ้าระวังจากการตกอยู่ในภายใต้ความรู้สึกเช่นเดียวกับผู้อื่น จึงต้องอาศัยประสบการณ์ตนเองที่ผ่านมา เพื่อสร้างการสื่อสารที่สามารถสร้างความรู้สึกหลายรูปแบบ เช่น ความสนุกสนาน ความเศร้าใจ ความท้าทาย ความทุกข์ใจ ความเจ็บปวด และความสับสนในการดูแลสุขภาพ นอกจากนี้ ความเอาใจใส่อาจจะต้องใช้ความพยายามในการจินตนาการเมื่อผู้อื่นกำลังเผชิญกับสภาพปัญหา สามารถแบ่ง 6 วิธีการ ได้แก่ (1) ความเข้าใจทางอารมณ์ผ่านมุมมองของผู้อื่น (2) การให้ความเคารพและการยอมรับผู้ป่วย (3) การแสดงออกถึงความถูกต้องปราศจากการเสแสร้ง (4) ความอบอุ่นและการสร้างการจดจำในเชิงบวก (5) การเปิดเผยประสบการณ์ของตนเอง (6) การแสดงวิธีการหรือให้คำแนะนำสำหรับแก้ไข ปัญหา อย่างไรก็ตาม ความเอาใจใส่สามารถแสดงออกในรูปแบบอวจนภาษา เช่น การแสดงสีหน้า การผงกหัว ตลอดจนการใช้ทักษะด้านภาษาที่ชาญฉลาด การคิดวิเคราะห์ การสังเกตด้วยสายตา การพิจารณาทักษะการเคลื่อนไหว

เคที (Kathy, 2007) ศึกษาเรื่อง การออกแบบทางอารมณ์สำหรับประสบการณ์การเข้าพัก: งานวิจัยเกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึกของผู้เข้าพักและโอกาสในการออกแบบ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอารมณ์ของผู้เข้าพักในโรงแรมและการออกแบบโอกาสที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ในการเข้าพัก เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวสุขภาพสตรี โดยการสำรวจแหล่งกำเนิดอารมณ์ของผู้เข้าพัก จำนวนทั้งหมด 25 คน ร่วมกับการค้นพบความกังวลและความหมายจากมุมมองของนักท่องเที่ยวเป็นโอกาสในการออกแบบซึ่งจะนำไปสู่นวัตกรรมใหม่ ผลการศึกษาพบว่า อารมณ์ความรู้สึกร่วมของผู้รับบริการมีทั้งสิ้น 5 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) อารมณ์เป็นความรู้สึกร่วมเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์โดยผู้เข้าพัก (2) แหล่งที่มาของอารมณ์ผู้เข้าพักที่เกี่ยวข้องสภาพแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรมและบริบทแวดล้อม (3) การตีความอารมณ์จากฐานข้อมูลของผู้รับบริการภายในโรงแรม (4) ความกังวลเกี่ยวกับโครงสร้างทางอารมณ์ ได้แก่ ความต้องการของผู้รับบริการ และความรู้สึกต่อระบบมาตรฐานของโรงแรม (5) การค้นหาโอกาสจากการบริการ หรือนวัตกรรมการนำเสนอข้อมูลประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขายในรูปแบบใหม่

ดาร์ริค และเดวิด (Darrick and David, 2006) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาและตรวจสอบความถูกต้องของระดับวัดความเอาใจใส่พื้นฐาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนามาตรวัดความเอาใจใส่พื้นฐานจากจำนวนคำถาม 40 รายการ พิจารณาความเอาใจใส่ด้านปัญญาและอารมณ์ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีวิทยาการวิเคราะห์ห้อยค์ประกอบเชิงยืนยัน เก็บรวบรวมข้อมูลจากวัยรุ่นจำนวน 360 คน และในอีกหนึ่งปีถัดได้เลือกใช้มาตรวัดเหลือเพียง 20 รายการ เก็บรวบรวม

ข้อมูลจากวัยรุ่นจำนวน 357 คน ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบด้านปัญญาและอารมณ์ ซึ่งผู้หญิงจะมีคะแนนสูงกว่าผู้ชายทั้ง 2 องค์ประกอบ สำหรับความเอาใจใส่ยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกสติปัญญา โดยเฉพาะผู้หญิงเท่านั้น บุคลิกภาพแบบแสดงออกมีความสัมพันธ์เชิงบวกความเอาใจใส่ทางด้านปัญญาเท่านั้น บุคลิกภาพแบบหัวนโหนกมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้สึทางด้านอารมณ์เท่านั้น บุคลิกภาพแบบประนีประนอมและบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผู้ชายเท่านั้น และบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ ความเอาใจใส่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการควบคุมดูแลจากผู้ปกครองและสถานะเศรษฐกิจทางสังคม

โบว์ (Bo, 2005) ศึกษาเรื่อง มุมมองผู้รอบรู้: คุณภาพบริการการประเมินองค์ความรู้สูงสุด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อคุณภาพบริการที่มากกว่าการประเมินความรู้ความเข้าใจ ซึ่งให้ความสำคัญของผู้รับบริการจากประสบการณ์การใช้บริการ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการบริการ คุณภาพบริการ ประสบการณ์ และบทบาททางอารมณ์ ผลการศึกษาพบว่า บทบาทของอารมณ์และประสบการณ์จากการรับบริการมีส่วนเกี่ยวข้องกับ 6 ประการ ได้แก่ (1) การรับรู้คุณภาพการให้บริการที่เกิดขึ้นในระหว่างการผลิตและการส่งมอบ (2) ผู้รับบริการมีบทบาทฐานะผู้ร่วมผลิต (3) คุณภาพบริการเกี่ยวข้องกับความมุ่งมั่นของผู้รับบริการ (4) ประสบการณ์ที่ดีไม่เต็มช่วยในการรับรู้ (5) การแจ่มใสและแสงของประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและอารมณ์ (6) อารมณ์เชิงบวกและเชิงลบมีผลกระทบต่อรับรู้คุณภาพบริการ ในขณะที่ข้อเสนอแนะของผู้วิจัยได้นำเสนอเกี่ยวกับความยากลำบากต่อการศึกษาพฤติกรรมของผู้รับบริการในอนาคต ที่จะต้องทำความเข้าใจจากประสบการณ์การรับบริการที่ผ่านมาในแต่ละครั้ง

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา สามารถสรุปองค์ประกอบที่ใช้ในงานวิจัยได้ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 แสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสำหรับการใช้กำหนดองค์ประกอบของความเอาใจใส่

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ความเอาใจใส่	ความต้องการความรู้	การตัดสินใจ	ความจำ	ทัศนคติ	การรับรู้	การโต้ตอบอารมณ์	ความเสมอภาค	การยกย่องให้เกียรติ	การสร้างความสุข
ระชานนท์ ทวีผล และ ธีระวัฒน์ จันทิก (2560)			✓	✓	✓		✓	✓	
ระชานนท์ ทวีผล (2560)							✓		✓
อารีวัลักษณ์ ตระกูลมุก ทอง (2559)				✓	✓	✓		✓	
มธุรส อรอนงค์ และ คณะ (2559)					✓	✓			
อภิรักษ์ สำเหนียก (2558)		✓							✓

ตารางที่ 13 แสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสำหรับการใช้กำหนดองค์ประกอบของความเอาใจใส่ (ต่อ)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ความเอาใจใส่	ความต้องการความรู้	การตัดสินใจ	ความจำ	ทัศนคติ	การรับรู้	การโต้ตอบอารมณ์	ความเสมอภาค	การยกย่องให้เกียรติ	การสร้างความสุข
Ali et al. (2015)						√			
Lara (2014)		√	√	√					
Hyounace and Vincert (2014)				√			√		
Sharareh et al. (2014)		√	√						
Arraut et al. (2013)						√			
Shelfali (2013)			√						
Dora et al. (2013)		√				√			
Tao Wang (2013)						√			
Dercety and Srottova (2012)						√			
Valentini and Robert (2011)				√		√			√
Mohamad and Abdul (2011)				√		√	√		
Hailin et al. (2011)	√								√
Ivana et al. (2011)			√					√	
Meneo et al. (2010)		√	√						√
Maja (2010)				√					
Ping (2008)						√			
Ana et al. (2008)	√	√							
Ioannidou and Konstantikaki (2008)			√		√	√		√	
Kathy (2007)	√	√				√			
Darrick and David (2006)						√			√
Bo (2005)	√	√							
รวม	9	15	11	15	7	19	6	6	9

จากตารางที่ 13 แสดงการสรุปองค์ประกอบของความเอาใจใส่ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ความต้องการความรู้ (Need Knowledge) (2) การตัดสินใจ (Decision Making) (3) ความจำ (Memory) (4) ทักษะคติ (Attitude) (5) การรับรู้ (Recognition) (6) การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) (7) ความเสมอภาค (Equality) (8) การยกย่องให้เกียรติ (Commination) และ (9) การสร้างความสุข (Happiness)

องค์ประกอบเหล่านี้ใช้เป็นโครงร่างของคุณลักษณะความเอาใจใส่ของพนักงานบริการ โรงแรมประเภทบูติค เพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมในการพัฒนาการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย การศึกษาและใช้ประโยชน์จากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามตารางที่ 14

ตารางที่ 14 แสดงสรุปแนวทางการศึกษาและใช้ประโยชน์จากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเอกสารแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	แนวทางการศึกษาและการใช้ประโยชน์					
	สนับสนุนปัญหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัย	พัฒนากลอบแนวคิดในการวิจัย	การสร้างเครื่องมือการวิจัย	การเลือกใช้สถิติสำหรับการวิจัย	ใช้เป็นแบบแผนในการวิเคราะห์ข้อมูล	สนับสนุนการนำไปอภิปรายผลการวิจัย
1. อุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว	√	√	-	-	√	√
2. โรงแรมประเภทบูติค	√	√	√	√	√	√
3. การบริการที่เป็นเลิศ	√	-	-	-	√	√
4. คุณภาพบริการ	√	-	-	-	-	√
5. ความเอาใจใส่	√	√	√	√	√	√
6. ทักษะทางด้านปัญญา	√	√	√	√	√	√
7. ทักษะทางด้านอารมณ์	√	√	√	√	√	√
8. การจัดการทรัพยากรมนุษย์	√	√	-	-	√	√
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	√	√	√	√	√	√

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นถึงภาพรวมการใช้ประโยชน์ของแนวคิดทฤษฎี ข้อมูลสนับสนุน และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยเริ่มต้นจากแนวคิดทฤษฎีอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว เพื่อให้เห็นภาพรวมของอุตสาหกรรมที่ถูกขับเคลื่อนด้วยแรงงานมนุษย์ ซึ่งเป็นช่องว่างสำคัญของผู้ประกอบการที่ควรส่งเสริมพัฒนาทักษะการปฏิบัติหน้าที่ให้เกิดการบริการที่มีประสิทธิภาพ จากนั้นผู้วิจัยได้ศึกษาทบทวนเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีเรื่องโรงแรมประเภทบูติค เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจคุณลักษณะเฉพาะของโรงแรมประเภทบูติคโดยเฉพาะ พร้อมกับการ

พิจารณาถึงข้อจำกัดที่อาจส่งผลต่อการดำเนินงานวิจัย รวมถึงการนำไปใช้เป็นแนวทางการกำหนด
นิยามศัพท์เฉพาะ ในลำดับต่อมาผู้วิจัยได้ศึกษาทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับข้อกับความเอาใจใส่
เพื่อค้นหาองค์ประกอบย่อยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา ตลอดจนการได้มาซึ่งแบบวัด
มาตรฐานความเอาใจใส่สากล เชื่อมโยงเกี่ยวกับทักษะทางด้านปัญญาและด้านอารมณ์ของ
ผู้ปฏิบัติงานพื้นฐานในโรงแรมประเภทบูติก เพื่อใช้เป็นแบบแผนในการสร้างเครื่องมือการวิจัยใน
รูปแบบข้อคำถามสำหรับเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสอบถาม นอกจากนี้
การศึกษาทบทวนแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ คุณภาพบริการ ความเอาใจใส่
ทักษะทางด้านปัญญา ทักษะทางด้านอารมณ์ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
เพื่อนำไปใช้ในการสนับสนุนการสร้างองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษ โดยแนวคิดทฤษฎีทั้งหมด
ที่ศึกษาจะใช้ในการสนับสนุนการอภิปรายผลการวิจัยครั้งนี้



บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาเรื่อง การพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย เป็นการวิจัยและการพัฒนา (Research and Development) ด้วยเทคนิคของการผสมผสานวิธี (Mixed Method Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบในการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคล และนำมาพัฒนาด้วยการวิจัยกึ่งทดลองเพื่อกำหนดเป็นคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เพื่อศึกษาแนวโน้มองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีวิทยาการประยุกต์การสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory)

ขั้นตอนที่ 2 เพื่อศึกษาองค์ประกอบของความเอาใจใส่ในการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยวิธีวิทยาการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ขององค์ประกอบความเอาใจใส่พิเศษรายด้าน

ขั้นตอนที่ 3 เพื่อศึกษาการพัฒนาคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย เป็นงานวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-Experimental Research) โดยการใช้การทดลองกลุ่มเดียวที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการทดลองที่ต้องการปรับเปลี่ยนรูปแบบพฤติกรรมและกระบวนการภายใน ทั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถอธิบายรายละเอียดของทั้ง 3 ขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เพื่อศึกษาแนวโน้มองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย

การศึกษาแนวโน้มบทบาทองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย ทั้ง 2 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ทักษะด้านปัญญา (Cognitive) และ (2) ทักษะด้านอารมณ์ (Affective) มีรายละเอียดดังนี้

1. การวิจัยเอกสาร (Documentary Research)

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารในรูปแบบต่างๆ ที่มีนักวิชาหรือบุคคลอื่นทั่วไปได้บันทึกและตีพิมพ์เผยแพร่เป็นข้อมูลระดับทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่เกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีโรงแรมประเภทบูติก การบริการที่เป็นเลิศ คุณภาพบริการ ความเอาใจใส่ และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งมีขั้นตอนมีการดำเนินการ ได้แก่ การรวบรวมเอกสาร การคัดเลือกเอกสาร และการวิเคราะห์เอกสาร สำหรับขั้นตอนการรวบรวมเอกสารเป็นกระบวนการแรกของการวิจัย โดยผู้วิจัยศึกษาจะเริ่มต้นรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ ผลงานวิจัย บทความทางวิชาการทั้งในและต่างประเทศ

จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกเอกสารแต่ละประเภทโดยอาศัยหลักการพิจารณาจากชื่อเรื่องงานวิจัย วัตถุประสงค์ของงานวิจัย แนวคิดทฤษฎี ผลการศึกษา รวมถึงหน่วยงานที่เผยแพร่ต้องมีความน่าเชื่อถือ (Credibility) สามารถเป็นตัวแทนของเอกสาร (Representativeness) ด้วยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง

หลังจากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้จากเอกสารต่างๆ มาสังเคราะห์ วิเคราะห์และตีความ โดยใช้แนวคิดเรื่องความเอาใจใส่ของพนักงานบริการแต่ละองค์ประกอบ ร่วมกับข้อมูลการบริหารจัดการโรงแรมประเภทบูติก และการบริการที่เป็นเลิศ เพื่อจำแนกคุณลักษณะของพนักงานโรงแรมประเภทบูติกที่มีความเอาใจใส่พิเศษ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีการของ Yin (2003) ที่นำเสนอวิธีการเทียบเคียงรูปแบบ (Pattern Matching) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การลดข้อมูล (Data Reduction) เป็นวิธีการลดจำนวนข้อมูลดิบที่ปรากฏ ซึ่งจะต้องคัดเลือกเฉพาะข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย (2) การจัดรูปข้อมูล (Data Display) เป็นวิธีการสร้างรูปแบบหรือจัดกลุ่มของตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย เพื่อพิจารณาข้อมูลที่มีความเหมือนกันเพื่อยืนยันความถูกต้องและพิจารณาถึงความแตกต่างกันของข้อมูลดังกล่าวกลับมาวิเคราะห์ข้อสรุปการวิจัย และ (3) การร่างข้อสรุปและการยืนยัน (Conclusion Drawing and Verification) เป็นวิธีการตีความและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของข้อมูลที่ถูกรวบรวมแนวความคิดในทิศทางที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. การวิจัยแบบวิธีการประยุกต์การสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory)

ผู้วิจัยได้พิจารณาเกี่ยวกับข้อสรุปของแนวคิดต่างๆ ที่ได้ถูกรวบรวมจากการวิเคราะห์เอกสาร เพื่อสร้างเป็นแนวคำถามการสัมภาษณ์ (Interview Guide) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ซึ่งผู้วิจัยจะต้องเข้าไปอยู่ในสถานการณ์เสมือนกับการเป็นสมาชิกคนหนึ่งในสภาพแวดล้อมหรือองค์กรนั้นๆ ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นผู้ถูกสังเกตอาจรู้สึกตัวในบางสถานการณ์ และไม่รู้ตัวระหว่างที่มีการปฏิบัติหน้าที่ และแสดงการเคลื่อนไหวของร่างกาย กำหนดระยะเวลาการเข้าสังเกตพฤติกรรมการทำงานสัปดาห์เว้นสัปดาห์ภายในระยะเวลา 1 เดือนในช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ เพื่อป้องกันการเอนเอียงของข้อมูลร่วมกับการเข้าพักค้างคืนในโรงแรมประเภทบูติกจำนวน 6 แห่ง โดยผู้วิจัยมีหน้าที่ในการเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Note) จำเป็นต้องใช้พิจารณาญาณในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (นิศา ชูโต, 2551) สำหรับขอบเขตพื้นที่ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มธุรกิจโรงแรมประเภทบูติกในประเทศไทย ที่มีรายชื่ออยู่ในโครงการประกวดสุดยอดโรงแรมบูติกไทย (Thailand Boutique Awards) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดโรงแรมประเภทบูติกจำนวนทั้งสิ้น 4 รูปแบบ โดยอ้างอิงจากผลการวิจัยของระชานนท์ ทวีผล และคณะ (2560) ได้แก่ (1) รูปแบบดัดแปลงอาคารเก่าแก่หรือตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน (Culture) (2) รูปแบบหรูหราและร่วมสมัย (Luxury and Modern) (3) รูปแบบอยู่ร่วมกับธรรมชาติ (Nature) และ (4) รูปแบบศิลปะสถาปัตยกรรมการออกแบบ (Art and Thematic) ภายในประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล ในช่วงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2559 – สิงหาคม พ.ศ. 2560

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบการประยุกต์การสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) โดยผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลมาตีความปราศจากเน้นการพรรณนา เพื่อหาคำอธิบายสำหรับ

ปรากฏการณ์ในขอบเขตที่จำกัด เพื่อนำไปสร้างแนวความคิดแบบใหม่ หรือข้อสรุปเชิงทฤษฎีจากการเก็บรวบรวม โดยจะต้องวิเคราะห์ข้อมูลเป็นสมมติฐานชั่วคราว ที่ผ่านการเก็บรวบรวมมาเชื่อมโยงข้อมูลเหล่านั้นเข้าด้วยกัน บางข้อคำถามจะมีการเก็บข้อมูลใหม่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนกว่าจะได้สมมติฐานหรือทฤษฎีที่สร้างขึ้นจะถึงจุดอิ่มตัว (Theoretical Saturation) ต่อมาผู้วิจัยจะสังเคราะห์และจำลองข้อสรุปเชิงทฤษฎีในรูปแบบของภาพจำลองทางความคิด (Conceptual Model) ตามความเหมาะสม (ชาย โพธิ์สิตา, 2556)

3. การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักสำหรับการวิจัย

ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักสำหรับการจัดเก็บข้อมูล คือ ผู้ประกอบการหรือผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายการบริการของพนักงานโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทยจำนวน 17 คน โดยอ้างอิงจากแมคคินแลนด (Macmillan, 1971) โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 แสดงการลดระดับของความคาดเคลื่อน

จำนวนผู้ให้ข้อมูลหลัก	ระดับความคลาดเคลื่อน	อัตราการลดลงของความคาดเคลื่อน
1-5	1.20 - 0.70	0.5
5-9	0.70 - 0.58	0.12
9-13	0.58 - 0.54	0.04
13-17	0.54 - 0.50	0.04
17-21	0.50 - 0.48	0.02
21-25	0.48 - 0.46	0.02
25-29	0.46 - 0.44	0.02

ที่มา: Thomas T. Macmillan. (1971). The Delphi Technique, Paper Presented at the annual meeting of the California Junior Colleges Associations Committee on Research and Development. Monterey: California.

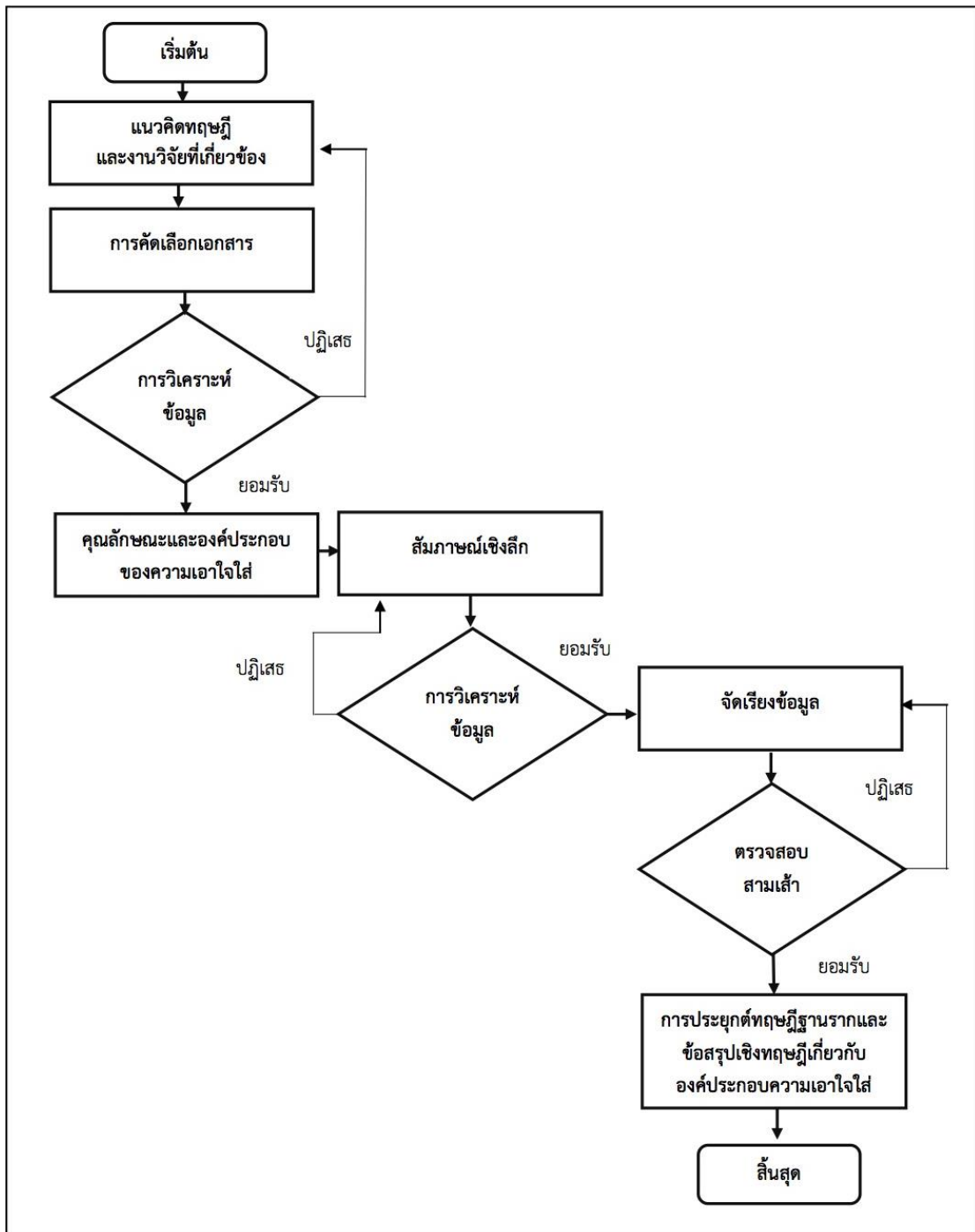
จากตารางที่ 15 แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Information) ในการวิจัย ประกอบด้วย ผู้ประกอบการหรือผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน จำนวน 14 คน และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายการบริการของพนักงานโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทยจากโครงการประกวดสุดยอดโรงแรมบูติกไทย (Thailand Boutique Awards) จำนวน 3 คน รวมทั้งทั้งหมด 17 คน ซึ่งมีระดับค่าความคลาดเคลื่อนไม่ต่ำกว่า 0.50 โดยการประยุกต์เทคนิคการวิเคราะห์ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) คัดเลือกค่ามากกว่า 0.50 ขึ้นไป ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นัดหมายวันเวลาก่อนการสัมภาษณ์ โดยจะต้องดำเนินการส่งแบบสัมภาษณ์ล่วงหน้าอย่างน้อย 2 สัปดาห์

4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยแบ่งเป็น 3 ด้านประกอบด้วย (1) ด้านตรวจสอบข้อมูลแตกต่างกัน (Data Triangulation) จาก 3 แหล่งที่มา ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัยที่ สถานที่ในการเก็บข้อมูล และบุคคลหรือกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (2) ด้านผู้วิจัยแต่ละคนที่มีข้อมูลแตกต่างกัน (Investigator Triangulation) โดยใช้นักวิจัยที่มากกว่า 1 คน ในการยืนยันข้อมูลที่ถูกค้นพบในพื้นที่ และ (3) ด้านการตรวจสอบแนวคิดและทฤษฎีแตกต่างกัน (Theory Triangulation) ผู้วิจัยต้องใช้แนวคิดและทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิม เพื่อพิจารณาความแตกต่างกันของข้อมูล นำไปสู่การสร้างข้อมูลจากกรณีศึกษา สามารถนำข้อมูลมาตีความ โดยการค้นหาคำอธิบายจากปรากฏการณ์ที่ศึกษาเชื่อมโยงข้อมูลเหล่านั้น โดยการจับคู่ของประเด็นที่น่าสนใจเทียบกันทีละคู่ เพื่อสรุปเป็นรวบรวมนแนวคิดที่มีความคล้ายคลึงกัน (ขจรศักดิ์ บัวระพันธ์, 2554; ระชานนท์ ทวีผล และพิทักษ์ ศิริวงศ์, 2560)

จริยธรรมในการดำเนินงานวิจัยคุณภาพ ผู้วิจัยต้องแจ้งและขออนุญาตต่อผู้ให้ข้อมูลหลักให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ ก่อนที่จะเริ่มดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล พร้อมทั้งนัดหมายสถานที่ วันและเวลาก่อนการสัมภาษณ์กลุ่มจะเริ่ม ในระหว่างการเริ่มสนทนาผู้วิจัยต้องสร้างบรรยากาศการสนทนาที่ผ่อนคลาย โดยเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลหลักเกิดความเป็นส่วนตัว สามารถแสดงความเห็นโดยอิสระ แสดงหลักฐานที่จะปกป้องรักษาความลับส่วนบุคคล พร้อมยินยอมเข้าร่วมการวิจัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้เป็นต้นแบบตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาและแลกเปลี่ยนในแวดวงวิชาการ อีกทั้งผู้ประกอบรายอื่นและผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในองค์กรของตนเองได้ (ประสพชัย พสุนนท์ และพิทักษ์ ศิริวงศ์, 2556) จากกระบวนการทั้งหมดของการดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพในขั้นตอนที่ 1 สามารถสรุปเป็นแผนภาพลำดับขั้นตอน (Flow Chart) ดังภาพที่ 15





ภาพที่ 15 แผนภาพลำดับขั้นตอน (Flow Chart) แสดงกระบวนการดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อแนวโน้มองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

จากภาพที่ 13 ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเอาใจใส่ (Empathy) มีทั้งสิ้น 2 องค์ประกอบ ได้แก่ ทักษะด้านสติปัญญา (Cognitive) และทักษะด้านอารมณ์ (Affective) จากนั้นเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการหรือผู้ควบคุมการปฏิบัติงานโรงแรมประเภทบูติค ด้วยวิธีวิทยาการประยุกต์การสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวโน้มองค์ประกอบความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติค สำหรับการนำไปใช้ในขั้นตอนที่ 2 ต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 เพื่อศึกษาองค์ประกอบของความเอาใจใส่ในการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

การศึกษาองค์ประกอบของความเอาใจใส่ในการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ด้วยวิธีวิทยาการสกัดองค์ประกอบ (Confirmatory Factor Analysis) ผ่านแนวทฤษฎีความเอาใจใส่พิเศษทั้ง 9 ด้าน ได้แก่ (1) ความต้องการความรู้ (Need Knowledge) (2) การตัดสินใจ (Decision Making) (3) ความจำ (Memory) (4) ทักษะคติ (Attitude) (5) การรับรู้ (Recognition) (6) การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) (7) ความเสมอภาค (Equality) (8) การยกย่องให้เกียรติ (Commendation) และ (9) การสร้างความสุข (Happiness) โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลตามโครงสร้างและเปรียบเทียบโดยใช้สถิติอนุमान ทั้งหมด 4 ขั้นตอน มีรายละเอียดดังนี้

1. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากผลการศึกษาของงานวิจัยเชิงคุณภาพมาสร้างแบบโดยยึดหลักแนวทฤษฎีความเอาใจใส่พิเศษ 9 ด้าน ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยแบบสอบถามมีทั้งสิ้น 2 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม และในการพัฒนาการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย เป็นคำถามปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่าระดับความสำคัญ และโครงสร้างคำถามตามที่ปรากฏในตาราง มีการแปลความหมายของคะแนนผู้วิจัยได้แปลผลออกเป็น 5 ระดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด ระดับ 4.21-5.00 เห็นด้วยมาก ระดับ 3.41-4.20 เห็นด้วยปานกลาง ระดับ 2.61-3.40 เห็นด้วยน้อย ระดับ 1.81-2.60 เห็นด้วยน้อยที่สุด ระดับ 1.00- 1.80 (สรชัย พิศาลบุตร, 2550; Best, 1977: 174) สามารถพิจารณาได้จากสมการ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{สูตร} \quad \text{อันตรภาคชั้น} &= \text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด/จำนวนชั้น} \\ &= (5-1)/5 \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรที่ศึกษา คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการให้บริการในโรงแรมประเภทบูติคทั่วประเทศไทย มีทั้งสิ้น 4 รูปแบบ จำนวน 22 แห่ง ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกจากเงื่อนไข 4 ประการ ได้แก่

(1) ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป (2) สามารถปฏิบัติงานด้วยทักษะการบริการข้ามสายงาน (Multi-Skills) มากกว่า 1 แผนก (3) ผ่านกระบวนการฝึกอบรมจากแผนกทรัพยากรมนุษย์ ตั้งแต่การปฐมนิเทศ การฝึกอบรมตามแผนพัฒนาศักยภาพทางอาชีพของพนักงาน และผ่านการอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ (4) คุณลักษณะเฉพาะของพนักงานที่สามารถสื่อสารด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทย เช่น รอยยิ้ม ความอ่อนน้อม จิตใจรักในงานบริการ บุคลิกภาพทางวิชาชีพที่ดี (ระชานนท์ ทวีผล และคณะ, 2559: 56-57; มจรุส เกนขุนทด และคณะ, 2559: 852 - 864; ระชานนท์ ทวีผล และธีระวัฒน์ จันทิก, 2560) ซึ่งเกณฑ์การคัดเลือกทั้ง 4 ประการ ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการใช้ทักษะทางด้านปัญญา (Cognitive) ที่ต้องใช้กระบวนการวิเคราะห์บริบทและสถานการณ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับผู้รับบริการ รวมถึงการใช้ทักษะทางด้านอารมณ์ (Affective) สามารถควบคุมการแสดงออกทางพฤติกรรมของพนักงานบริการให้มีปฏิสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับผู้รับบริการ

3. การตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยใช้เทคนิคการหาค่า ดัชนีวัดความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาจำนวน 3 ท่าน ในด้านพฤติกรรมศาสตร์และการจัดการ โดยผู้วิจัยดำเนินการจัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์สำหรับการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยดังกล่าว จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร เพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาความเที่ยงตรง (Validity) ของข้อคำถามแต่ละข้อที่สอดคล้อง พร้อมเสนอข้อคิดเห็นต่างๆ แก่ผู้วิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับปรับปรุงข้อคำถามภายในแบบสอบถามตามให้เกิดความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบข้อคำถามต่างให้ความสำคัญกับการใช้คำหรือความหมายที่มีความเหมาะสมสร้างความเข้าใจให้กับผู้ตอบแบบสอบถามได้ตรงตามประเด็น ทั้งนี้ มีค่าดัชนีของเทคนิค IOC เป็นวิธีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของข้อคำถามให้อยู่ในลักษณะของแบบประเมินค่า 3 ระดับ ได้แก่ เห็นมีค่าน้ำหนักอยู่ที่ 1 คะแนน ไม่น่าสนใจมีค่าน้ำหนักอยู่ที่ 0 คะแนน ไม่เห็นด้วยมีค่าน้ำหนักอยู่ที่ -1 โดยผู้วิจัยจะเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีวัดค่าความสอดคล้องของคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

4. การตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้พัฒนาปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน แล้ว จากนั้นจะนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการให้บริการในโรงแรมประเภทอื่นที่ไม่ใช่ประเภทบูติก จำนวน 30 คน เพื่อนำมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของข้อคำถาม (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) พบว่าจะต้องมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เช่น 0.872 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าแบบสอบถามที่ใช้มีความเชื่อมั่น (พิริณญา หลวงเทพ และประสพชัย พสุนนท์, 2557)

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล โดยใช้ค่าสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่ามัธยฐาน (Mode) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) กำหนดประชากรที่ใช้ศึกษา คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการปฏิบัติหน้าที่ของโรงแรมประเภทบูติกและคอยให้บริการ ได้แก่ พนักงานปฏิบัติการ หัวหน้าแผนก ผู้จัดการทั่วไป

และเจ้าของกิจการ การวิเคราะห์การพัฒนารูปแบบปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย โดยใช้การทำการสักรัดองค์ประกอบของความเอาใจใส่ (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เป็นวิธีการหาค่าสถิติที่ใช้เป็นการสนับสนุนทฤษฎีเพื่อยืนยันความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ของเครื่องมือที่สร้างขึ้น และเป็นการพิสูจน์สมมติฐานเกี่ยวกับโครงสร้างองค์ประกอบของตัวแปรแต่ละตัว พิจารณาจากค่าน้ำหนักที่แสดงถึงความสัมพันธ์กับองค์ประกอบที่ตรงกับการคาดคะเน วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันคือ ตัวแปรสังเกตที่สามารถนำมาใช้วัดตัวแปรแฝงที่มีความต่อเนื่อง ซึ่งจะต้องมีทฤษฎีรองรับที่สร้างมาจากตัวแปรสังเกตได้ใช้ยืนยันเกี่ยวกับตัวแปรที่ศึกษาเป็นไปตามหลักทฤษฎีที่กำหนดจริง นอกจากนี้ตัวแปรแฝงแต่ละตัวแปร ยังสามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกตที่ได้กำหนดองค์ประกอบที่สร้างขึ้นตามแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในบริบทที่กำหนดองค์ประกอบมีน้ำหนักหรือความสำคัญมากกว่ากัน ข้อมูลที่ได้จะต้องสามารถแจกแจงเป็นปกติ โดยใช้ขนาดตัวอย่างตามแนวทางของ แฮร์และคณะ (Hair et al., 2010) ที่เสนอให้พิจารณาจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องการนำไปวิเคราะห์หาค่าไปกับการพิจารณาขนาดกลุ่มตัวอย่าง

หากค่าพารามิเตอร์ที่ใช้วัดมีจำนวนมากจำเป็นต้องใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากตามด้วยเช่นกัน ซึ่งจำนวนตัวแปรที่เหมาะสมในการนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันนั้นต้องมีอัตราส่วนอย่างน้อยจำนวน 10 ต่อ 1 พารามิเตอร์ โดยใช้ค่าสถิติ KMO (Kaiser Meyer Olkin) โดยมีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 ค่าจะเท่ากับ 1 เมื่อตัวแปรแต่ละตัว สามารถทำนายตัวแปรอื่นๆ ที่ปราศจากความคาดเคลื่อน สำหรับการแปลความหมายตามแนวทางของแฮร์และคณะ (Hair et al, 2010) มีรายละเอียดดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 แสดงค่าความเหมาะสมขององค์ประกอบ

ระดับค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ความเหมาะสมขององค์ประกอบ
มากกว่า 0.80 ขึ้นไป	มีความเหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบดีมาก
0.70 – 0.79	มีความเหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบดี
0.60 – 0.69	มีความเหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบปานกลาง
0.50 – 0.59	มีความเหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบน้อย
ต่ำกว่า 0.50	ไม่มีความเหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบ

จากตารางที่ 16 แสดงค่าน้ำหนักของการวิเคราะห์องค์ประกอบต้องค่ามากกว่า 0.50 และค่า Bartlett's Test of Sphericity เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของกลุ่มตัวแปรแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ หากค่า Bartlett's Test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติ สามารถอธิบายได้ว่า ตัวแปรความสัมพันธ์ที่สามารถนำไปวิเคราะห์ต่อไปได้

ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square Statistics) เป็นค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานทางสถิติของความกลมกลืนมีค่าเป็น 0 การคำนวณค่าสถิติไคสแควร์จากผลคูณขององศาอิสระกับค่าของความกลมกลืน ถ้าค่าไคสแควร์มีค่าสูงมากแสดงว่าความกลมกลืน แตกต่างจาก 0 อย่างมี

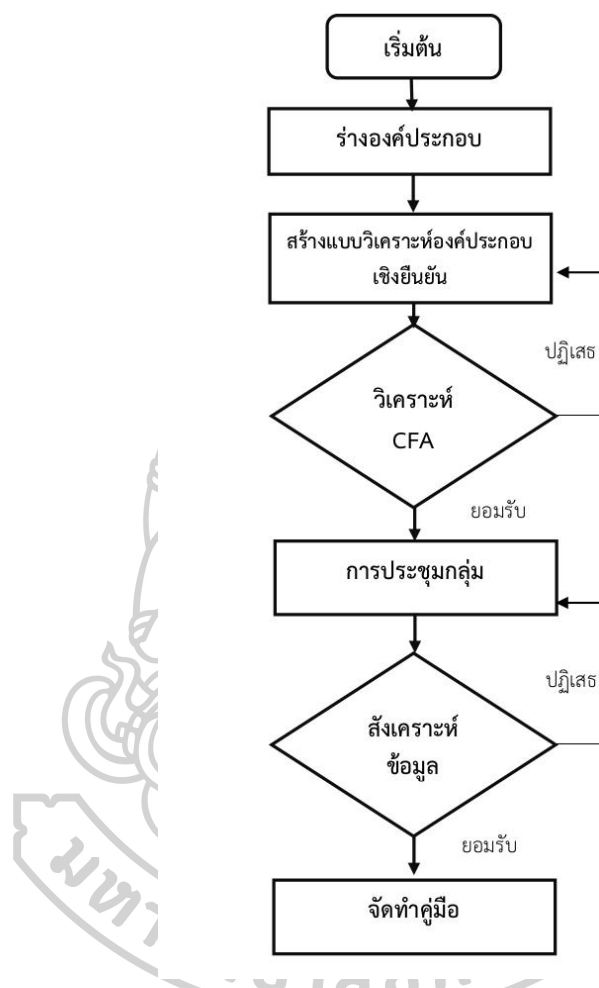
นัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสรุปได้ว่าโมเดลไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยวิธีการที่ความสามารถพิจารณาจากค่าสถิติไคสแควร์มีค่าต่ำมาก หากมีค่าเข้าใกล้ 0 หรือต่ำกว่านั้น แสดงว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แต่สำหรับกรณีที่ n มีค่ามาก ส่งผลให้ค่าสถิติไคสแควร์สูงมาก อาจทำให้สรุปผลได้ไม่ถูกต้อง ดังนั้นการสรุปผลการศึกษอาจผิดพลาด วิธีแก้ไขปัญหาดังกล่าว χ^2/df ควรมีค่าน้อยกว่า 2.00 – 5.00

ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximate: RMSEA) ค่าเฉลี่ยที่เหมาะสมควรมีค่าน้อยกว่า 0.05 สำหรับค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.05-0.08 หมายถึง โมเดลค่อนข้างสอดคล้อง มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.08-0.10 แสดงว่าโมเดลสอดคล้องเล็กน้อย และในกรณีที่ค่าเฉลี่ยมากกว่า 0.10 ขึ้นไปแสดงว่า โมเดลยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงสัมบูรณ์ (Absolute Fit Index) ประกอบด้วย (3.1) ค่าปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนรวมที่สามารถอธิบายได้ด้วยโมเดล (Goodness of Fit: GFI) (3.2) ค่าปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนรวมที่อธิบายได้ด้วยโมเดลโดยปรับแก้ด้วยองศาความเป็นอิสระ (Adjusted Goodness of Fit: AGFI) และ (3.3) ค่าปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนรวมที่อธิบายได้ด้วย โมเดลที่สามารถปรับแก้ด้วยความซับซ้อนของโมเดล(Parsimony Goodness of Fit: PGFI) โดยทั่วไปทั้ง 3 ค่าดัชนีจะเริ่มต้นตั้งระดับ 0 – 1.00 สำหรับค่า GFI และ AGFI ที่สามารถยอมรับได้ ควรมีค่าตั้งแต่ 0.90 เป็นต้นไป แต่สำหรับค่า PGFI ควรมีค่าตั้งแต่ระดับ 0.05 เป็นต้นไป

ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงสัมพัทธ์ (Relative Fit Index) ได้แก่ NFI, NNFI, PNFI, CFI, และ CN ซึ่งเป็นดัชนีที่อธิบายเกี่ยวกับโมเดลที่นำมาตรวจสอบดีกว่าโมเดลที่ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กันเลย (Baseline Model) สำหรับโมเดลอิสระ (Independence Model) ค่าของดัชนี ตั้งแต่ 0 ถึง 1 ยกเว้น NNFI ที่อาจมีค่ามากกว่า 1.00 และ CN มีค่ามากกว่า 1.00NFI และ CFI ที่ดีควรมี ค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป PNFI ควรมีค่าต่างๆ และ CN ควรมีค่ามากกว่า 200 ดัชนีวัดความสอดคล้องความคลาดเคลื่อน ได้แก่ RMR, Standardized Residual และ Standardized RMR โดยค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน คือ Standardized Residual ไม่ควรมีค่ามากกว่า 2.58 ทั้งนี้ค่าสรุปของ Standardized Residual คือ Standardized RMR ไม่ควรมีค่าน้อยกว่า 0.05 จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 1 และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 สามารถสรุปได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกันกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ต่อมาผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิพากษ์การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จากกลุ่มผู้ประกอบหรือผู้จัดการโรงแรมประเภทบูติกจำนวน 7 คน ที่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการโรงแรมประเภทบูติกไม่น้อยกว่า 5 ปี รวมถึงหน่วยภาครัฐบาลที่มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว จำนวน 4 คน รวมทั้งหมดเป็น 12 คน เพื่อร่วมจัดทำคู่มือโดยเรียงเรียงแนวคำถามในการวิจัยที่อ้างอิงจากองค์ประกอบเชิงยืนยันเป็นข้อคำถามปลายเปิด ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประสานงานโดยมอบหมายให้นักวิชาการที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก และมีประสบการณ์ในการบริหารจัดการโรงแรมขนาดกลางมาทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินรายการ (Moderator) เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มนำเสนอความเห็นตามทัศนคติและประสบการณ์จากผู้ให้ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยจะทำหน้าที่เป็นผู้จดบันทึกรายละเอียดต่างๆ และ

จะต้องสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปสู่การจัดทำคู่มือประกอบด้วย (1) องค์กรประกอบ (2) วัตถุประสงค์ (3) วิธีการดำเนินงาน (4) รูปแบบกิจกรรม (5) การประเมินผล จากกระบวนการทั้งหมดของการดำเนินงานวิจัยในขั้นตอนที่ 2 สามารถสรุปเป็นแผนภาพลำดับขั้นตอน (Flow Chart) ดังภาพที่ 16



ภาพที่ 16 แผนภาพลำดับขั้นตอน (Flow Chart) แสดงกระบวนการดำเนินงานวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาองค์ประกอบของความเอาใจใส่ในการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ร่วมกับการจัดประชุมกลุ่มเพื่อจัดทำคู่มือสำหรับการนำไปใช้

จากภาพที่ 16 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) นำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบของตารางเพื่อแสดงค่าองค์ประกอบ ร่วมกับวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อค้นหาข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่เกี่ยวข้องขององค์ประกอบของในการพัฒนาการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย และการจัดทำคู่มือสำหรับการนำไปทดลองใช้ในขั้นตอนที่ 3 ต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 เพื่อศึกษาการพัฒนาคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

การศึกษาคู่มือการพัฒนาคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการประเมินประสิทธิภาพของคู่มือในขั้นตอนการทดลองโปรแกรมในภาคสนาม ตามวิธีการของ อนันท์ พันนึก (2554: 117-128) มีจำนวน 3 ประเภท ได้แก่ (1) แบบประเมินปฏิกิริยาตอบสนองต่อคู่มือ (2) แบบประเมินความรู้เกี่ยวกับความเอาใจใส่พิเศษ และ (3) แบบประเมินพฤติกรรมการปฏิบัติงานที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ สำหรับการออกแบบเครื่องมือที่ใช้ประเมินคู่มือ ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นที่การสร้างวิธีการประเมินประสิทธิภาพของคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย แสดงรายละเอียดในรูปแบบของตารางที่ 17

ตารางที่ 17 แสดงกระบวนการออกแบบวิธีการประเมินประสิทธิภาพของคู่มือการบริการความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

รูปแบบการประเมิน	ตัวบ่งชี้ที่ต้องการวัด	ลักษณะข้อคำถามในการชี้วัด	เครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูล	แหล่งข้อมูล	ช่วงเวลาการเก็บข้อมูล
การประเมินปฏิกิริยาการตอบสนองต่อคู่มือ	เพื่อวัดความคิดเห็นและความพึงพอใจของพนักงานบริการ	(1) พนักงานที่ใช้คู่มือ มีความพึงพอใจหรือไม่ (2) เนื้อหาการพัฒนาคู่มือ มีความเหมาะสมหรือไม่ (3) รูปแบบของกิจกรรมและเอกสารคู่มือ มีความเหมาะสมหรือไม่ (4) คู่มือมีประโยชน์หรือไม่ (5) ความรู้และความสามารถของวิทยากรหรือผู้เผยแพร่คู่มือหรือไม่ (6) สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของสถานที่เหมาะสมหรือไม่	แบบสอบถามสัมภาษณ์	(1) กลุ่มทดลอง (2) วิทยากร (3) ผู้วิจัย (4) ผู้ร่วมสังเกต	สิ้นสุดการดำเนินการ

ตารางที่ 17 แสดงกระบวนการออกแบบวิธีการประเมินประสิทธิภาพของคู่มือการบริการ ความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย (ต่อ)

รูปแบบการประเมิน	ตัวบ่งชี้ที่ ต้องการวัด	ลักษณะข้อคำถามในการชี้วัด	เครื่องมือ สำหรับเก็บ ข้อมูล	แหล่งข้อมูล	ช่วงเวลาการ เก็บข้อมูล
การประเมิน ความรู้ เกี่ยวกับ ความเอาใจ ใส่พิเศษของ พนักงาน บริการ ได้แก่	การประเมิน ความรู้ เกี่ยวกับความ เอาใจใส่พิเศษ ของพนักงาน บริการ	(1) พนักงานบริการได้ มีความรู้เกี่ยวกับความ เอาใจใส่พิเศษหรือไม่ (2) พนักงานบริการมี ความรู้ เกี่ยวกับ สมรรถนะเพียงใด	แบบ ทดสอบ	(1) กลุ่มทดลอง (2) กลุ่มควบคุม	ก่อนและหลัง การทดลองคู่มือ ในภาคสนาม
การประเมิน พฤติกรรม การ ปฏิบัติงานที่ มุ่งความเอา ใจใส่พิเศษ ของพนักงาน บริการ	เพื่อ วัด พฤติกรรมที่ แสดงออกถึง ทักษะ ความสามารถ ที่ เกี่ยว กับ ความเอาใจใส่ พิเศษ ของ พนักงาน บริการที่ ใช้ คู่มือ	(1) พนักงานบริการมี ทักษะความสามารถที่ เกี่ยวกับความเอาใจใส่ พิเศษตามที่ต้องการ หรือไม่ (2) พนักงานมีทักษะ ความสามารถที่ เกี่ยวกับความเอาใจใส่ เพียงใด	แบบ สอบถาม	ผู้บังคับควบคุม การปฏิบัติงาน	หลังการทดลอง คู่มือ ใน ภาคสนาม ระยะเวลา 15 วัน และ 30 วัน

ที่มา: ดัดแปลงจาก อนันท์ พันนิก (2554: 117-128); วสันต์ สุทธวาส (2558: 101-102); ศศิธร ชูแก้ว และคณะ (2557: 14-15); Guskey (2000); Jolliffe and Farrington (2006)

จากตารางที่ 17 แสดงการอธิบายการออกแบบเครื่องมือประเมินประสิทธิภาพคู่มือการ บริการความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย ในภาคสนาม

ทั้ง 3 ประเภท โดยไม่ได้วัดค่าอำนาจการจำแนกเนื่องชุดข้อคำถามได้ผ่านกระบวนการสังเคราะห์มาจากการประยุกต์การสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) ร่วมกับผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แบบประเมินปฏิริยาการตอบสนองต่อคู่มือมีลักษณะเป็นแบบสอบถามที่มีข้อคำถามปลายเปิด เพื่อใช้วัดความคิดเห็นและความพึงพอใจของพนักงานบริการที่เข้าร่วมการทดลอง โดยพิจารณาจากความเหมาะสมเนื้อหา ทักษะการถ่ายทอดความรู้จากวิทยากร การจัดสรรรูปแบบกิจกรรม สภาพแวดล้อมและบรรยากาศ

2. แบบประเมินความรู้เกี่ยวกับความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการ มีลักษณะเป็นแบบทดสอบที่สามารถเลือกคำตอบ (Multiple Choice item) จำนวนทั้งหมด 5 ตัวเลือก สามารถนำไปใช้วัดระดับความรู้ที่เกี่ยวกับความเอาใจใส่พิเศษทั้ง 9 ด้าน ได้แก่ (1) ความต้องการความรู้ (Need Knowledge) (2) การตัดสินใจ (Decision Making) (3) ความจำ (Memory) (4) ทักษะคติ (Attitude) (5) การรับรู้ (Recognition) (6) การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) (7) ความเสมอภาค (Equality) (8) การยกย่องให้เกียรติ (Commendation) และ (9) การสร้างความสุข (Happiness) มีจำนวนทั้งหมด 45 ข้อ คิดเป็น 45 คะแนนเต็ม แบบประเมินความรู้เป็นลักษณะแบบทดสอบคู่ขนาน และสามารถเปรียบเทียบคะแนนความรู้ก่อนและหลังการใช้คู่มือ

3. แบบประเมินพฤติกรรมการปฏิบัติงานที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามที่มีมาตราวัดประมาณค่า (Rating Scale) ทั้งหมด 5 ระดับ ได้แก่ 5 หมายถึง มากที่สุด 4 หมายถึง มาก 3 หมายถึง ปานกลาง 2 หมายถึง น้อย 1 หมายถึง น้อยที่สุด ตามลำดับ เพื่อนำมาใช้ในการประเมินทักษะความเอาใจใส่พิเศษโดยผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน ประกอบด้วยความเอาใจใส่พิเศษทั้ง 9 ด้าน ได้แก่ (1) ความต้องการความรู้ (Need Knowledge) (2) การตัดสินใจ (Decision Making) (3) ความจำ (Memory) (4) ทักษะคติ (Attitude) (5) การรับรู้ (Recognition) (6) การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) (7) ความเสมอภาค (Equality) (8) การยกย่องให้เกียรติ (Commendation) และ (9) การสร้างความสุข (Happiness)

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างประเด็นคำถามสำหรับการประเมินประสิทธิภาพของคู่มือ เพื่อสร้างประเด็นคำถามที่ใช้เป็นเครื่องมือแต่ละประเภท ผลการวิเคราะห์สามารถไปใช้แนวทางการสร้างเครื่องมือประเมินดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 แสดงการกำหนดประเด็นคำถามสำหรับใช้ประเมินประสิทธิภาพคู่มือการบริการ
ความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

รูปแบบการประเมิน	วัตถุประสงค์การประเมิน	ลักษณะข้อดีของแบบประเมิน
การประเมินปฏิกิริยาการ ตอบสนองต่อคู่มือ	เพื่อศึกษาด้านความคิดเห็นเกี่ยวข้อง พนักงาน ได้แก่ (1) ความพึงพอใจของการเข้าร่วม (2) เนื้อหา (3) สื่อที่ใช้ (4) ประโยชน์ที่ได้รับ (5) ความรู้วิทยากร (6) สภาพแวดล้อม	(1) ความพึงพอใจของการเข้าร่วมการ ทดลอง (2) เนื้อหาของการคู่มือมีความเหมาะสม (3) สื่อ เอกสาร ประกอบการสอน มีความ เหมาะสม (4) รูปแบบกิจกรรม มีความเหมาะสม (5) ความรู้ของวิทยากรมีความเหมาะสม (6) สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมหรือไม่
การประเมินความรู้ เกี่ยวกับความเอาใจใส่ พิเศษของพนักงานบริการ 2 ลักษณะ ดังนี้ (1) กลุ่มทดลองก่อนและ หลังการใช้คู่มือ (2) กลุ่มควบคุมและกลุ่ม ทดลอง	เพื่อวัดความรู้ที่เกี่ยวกับความเอาใจ ใส่พิเศษของพนักงานบริการจำนวน 45 ข้อ	(1) ผู้ใช้คู่มือมีความรู้เกี่ยวกับความเอาใจ ใส่พิเศษหรือไม่ (2) ผู้ใช้คู่มือมีความรู้เกี่ยวกับความเอาใจ ใส่พิเศษอย่างไร
การประเมินพฤติกรรม ปฏิบัติงานที่มุ่งความเอาใจ ใส่พิเศษของพนักงาน บริการ	เพื่อประเมินทักษะความสามารถที่ เกี่ยวกับความเอาใจใส่พิเศษของ พนักงานบริการที่ใช้คู่มือ 9 ด้าน ประกอบด้วย (1) ความต้องการความรู้ (2) การตัดสินใจ (3) ความจำ (4) ทักษะคิด (5) การรับรู้ (6) การโต้ตอบทางอารมณ์ (7) ความเสมอภาค (8) การยกย่องให้เกียรติ (9) การสร้างความสุข	(1) ผู้ใช้คู่มือมีทักษะความเอาใจใส่พิเศษ หรือไม่ (2) ผู้ใช้คู่มือความเอาใจใส่พิเศษอย่างไร

ที่มา: ดัดแปลงจาก อนันท์ พันนิก (2554: 117-128); วสันต์ สุทธวาส (2558: 101-102); ศศิธร
ชูแก้ว และคณะ (2557: 14-15); Guskey (2000); Jolliffe and Farrington (2006)

จากตารางที่ 18 แสดงการอธิบายแนวทางการประเมินประสิทธิภาพของคู่มือการบริการ
ความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย โดยมีขั้นตอนการ

สรรหาคุณภาพแบบประเมินแต่ละประเภท นอกจากนี้ผู้วิจัยจะดำเนินการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi - Experimental Research) โดยการนำไปทดลองกับกลุ่มเป้าหมายในภาคสนามจำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ซึ่งทั้งสองกลุ่มถูกคัดเลือกจากการสุ่มประชากรที่มีคุณลักษณะคล้ายคลึงกัน และมีจำนวนผู้เข้าร่วมทดลองจากโรงแรมประเภทบูติคภายในประเทศไทยที่มีความสมัครใจเข้าร่วมการทดลอง โดยพนักงานบริการทุกคนจะต้องสามารถปฏิบัติงานได้หลากหลายตำแหน่ง (Multi Skills) ทั้งความผิดชอบหลักภายในฝ่ายหรือแผนกของตนเอง รวมถึงฝ่ายหรือแผนกที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ภายในโรงแรม

ทั้งนี้ ผู้วิจัยทดสอบควบคู่กับการวัดผลก่อนและหลังการทดลอง (Pretest Posttest Control and Experimental Groups Design) ตามกระบวนการของ แฟรงก์เกิล และ วาเลน (Frenkel and Wallen, 2006) แสดงในรูปแบบของตารางที่ 19

ตารางที่ 19 แสดงรูปแบบการทดลองแบบ 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม (Pretest Posttest Control and Experimental Group Design)

กลุ่ม	ทดสอบก่อน	ทดลอง	ทดสอบหลัง
E	T ₁	X	T ₂
C	T ₁	~X	T ₂

ที่มา: ดัดแปลงจาก Fraenkel and Wallen, (2006). How to design and evaluate research in education. 6th ed. New York: MCGraw-Hill

ผู้วิจัยได้กำหนดให้

- E หมายถึง กลุ่มทดลอง คือ พนักงานโรงแรมประเภทบูติค
- C หมายถึง กลุ่มควบคุม คือ พนักงานโรงแรมประเภทบูติค
- T₁ หมายถึง การทดสอบก่อนการทดลอง (Pretest)
- T₂ หมายถึง การทดสอบหลังการทดลอง (Posttest)
- X หมายถึง การปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษโดยใช้คู่มือ
- ~X หมายถึง ไม่มีการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษโดยใช้คู่มือ

การทดลองคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยได้คัดเลือกพื้นที่สำหรับดำเนินการทดลองคู่มือปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค 4 รูปแบบ ได้แก่ (1) รูปแบบดัดแปลงอาคารเก่าแก่หรือตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน (Culture) (2) รูปแบบที่พักร่วมสมัยและหรูหรา (Modern and Luxury) (3) รูปแบบที่พักที่อยู่ร่วมกับธรรมชาติ (Nature) และ

(4) รูปแบบศิลปะสถาปัตยกรรมการออกแบบ (Art and Thematic) โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กับพนักงานบริการโรงแรมประเพณีตึกจำนวน 2 กลุ่ม ซึ่งแต่ละคนจะต้องมีหน้าที่คอยให้บริการอย่างใกล้ชิด ได้แก่ กลุ่มทดลอง จำนวน 11 คน มีอายุการปฏิบัติงานตั้งแต่ 1 – 5 ปี และกลุ่มควบคุม จำนวน 11 คน มีอายุการปฏิบัติงานตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเปรียบเทียบลำดับคะแนนของพนักงานบริการทั้ง 2 กลุ่ม โดยกลุ่มควบคุมจะต้องเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ตามรายละเอียดขององค์ประกอบความเอาใจใส่พิเศษทั้ง 9 ด้านที่ได้ลำดับเอาไว้ภายในคู่มือเป็นระยะเวลา 2 วัน 1 คืน แต่สำหรับกลุ่มควบคุมยังคงปฏิบัติงานตามฝ่ายหรือแผนกภายในโรงแรมประเพณีตึกตามปกติ ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มมีความเป็นอิสระไม่ได้เกิดร่วมกัน

2. ผู้วิจัยได้จัดเตรียมการขั้นตอนการทดลอง เริ่มต้นด้วยการนำเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเพณีตึกของประเทศไทยแก่กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมการทดลองให้ได้รับทราบในประเด็นปัญหาดังนี้ (1) รายละเอียดของคู่มือที่นำเสนอเกี่ยวกับการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเพณีตึกของประเทศไทย (2) กระบวนการ รูปแบบกิจกรรม ระยะเวลาที่จะต้องดำเนินการไปตามงานทดลอง วัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ในแต่ละองค์ประกอบ (3) การกำหนดรูปแบบการประเมินให้มีครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยตามตารางที่ 17 เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาคู่มือให้เกิดความเหมาะสม

3. ผู้วิจัยได้ประเมินประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเพณีตึกของประเทศไทย จากการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มทดลอง จำนวน 11 คน และกลุ่มควบคุมจำนวน 11 คน จากโรงแรมประเพณีตึกของประเทศไทยทั้ง 4 รูปแบบ โดยการเลือกใช้สถิติแบบนอนพาราเมตริก (Nonparametric Statistics) ซึ่งมีจำนวนกลุ่มผู้เข้าร่วมการทดลองหรือกลุ่มตัวอย่างน้อย หรือมีขนาดเล็ก ไม่มีข้อกำหนดการแจกแจงข้อมูล (Distribution Free) (เกตุวดี จังวัฒนกุล, 2557) ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะเป็นมาตราอันดับ (Ordinal Scale) โดยข้อมูลสามารถแบ่งเป็นกลุ่มอันดับความแตกต่างได้ แต่ไม่สามารถบอกระยะห่างของอันดับที่แน่นอนหรือไม่ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการของแม็คเนมาร์ (McNemar Test) เป็นการทดสอบนัยสำคัญของการเปลี่ยนแปลงข้อมูล 2 ชุด เพื่อนำมาใช้ในการประเมินประสิทธิภาพของเกี่ยวกับคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเพณีตึกของประเทศไทย เปรียบเทียบความแตกต่างในลักษณะของข้อมูลกลุ่มเดียวกัน โดยเป็นการประเมินผลก่อนและหลัง รวมถึงความแตกต่างระหว่างกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลอง การพัฒนาตามแนวทางของแดเนียล (Daniel, 1990) เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้น ตามสูตรการคำนวณดังนี้

$$\text{สูตร } X^2 = \frac{(\{A-D\}-1)^2}{A+D}, \text{ df}=1$$

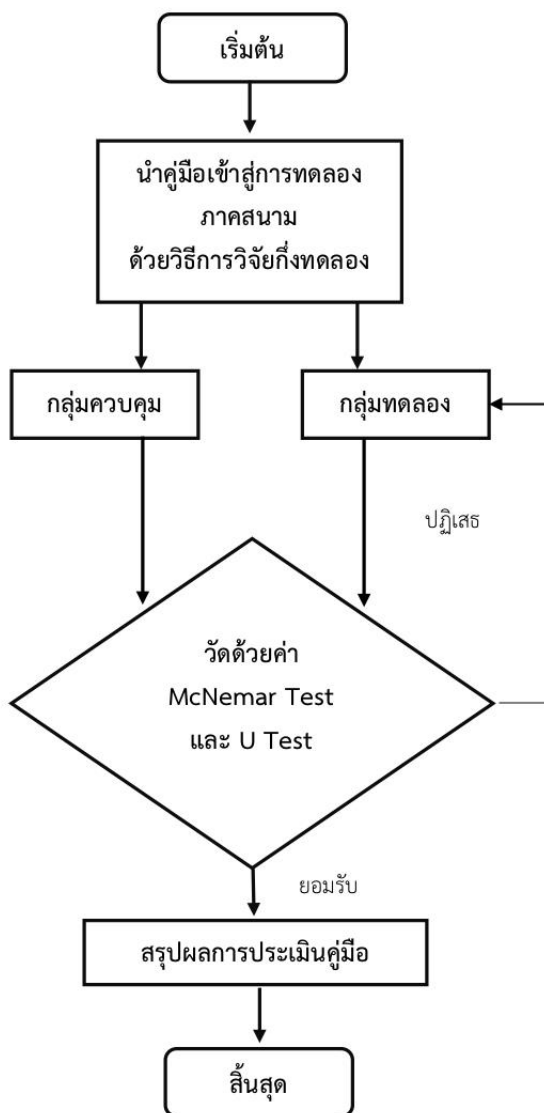
4. ผู้วิจัยได้ใช้การเปรียบเทียบอันดับที่จัดขึ้น เพื่อให้เกิดความแตกต่างกันของระยะห่างเท่าใด ตามวิธีการของไมล์ และดักลาส (Myles and Douglas, 1999) ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการของแมนวิทนี (The Mann-Whitney U test) เพื่อความเหมาะสมของการวิจัยที่ศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของระหว่างคุณลักษณะของข้อมูลดังกล่าวจำแนกตามโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทยแบบรายแห่งทั้ง 4 รูปแบบ โดยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการประเมินพฤติกรรมทักษะความเอาใจใส่พิเศษโดยผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน เป็นช่วงระยะเวลาหลังจากการทดลอง 15 วัน และหลังการทดลอง 30 วัน กำหนดให้ตัวสถิติ U คือ การนับจำนวนค่าสังเกตในตัวอย่างชุดหนึ่ง (Exceeding) ซึ่งแต่ละการสังเกตในกลุ่มตัวอย่างที่ปรากฏอีกชุดหนึ่งภายในข้อมูลจะถูกนำมารวมกันและเรียงลำดับ ตามสูตรคำนวณดังนี้

$$\text{สูตร } U = n_1 n_2 + \frac{n_2(n_2+1)}{2} - \sum_{i=n+1}^{n_2} R_i$$

เมื่อ n_1 หมายถึง ขนาดกลุ่มทดลอง
 n_2 หมายถึง ขนาดกลุ่มควบคุม
 R_i หมายถึง ผลรวมเรียงลำดับของกลุ่มตัวอย่าง

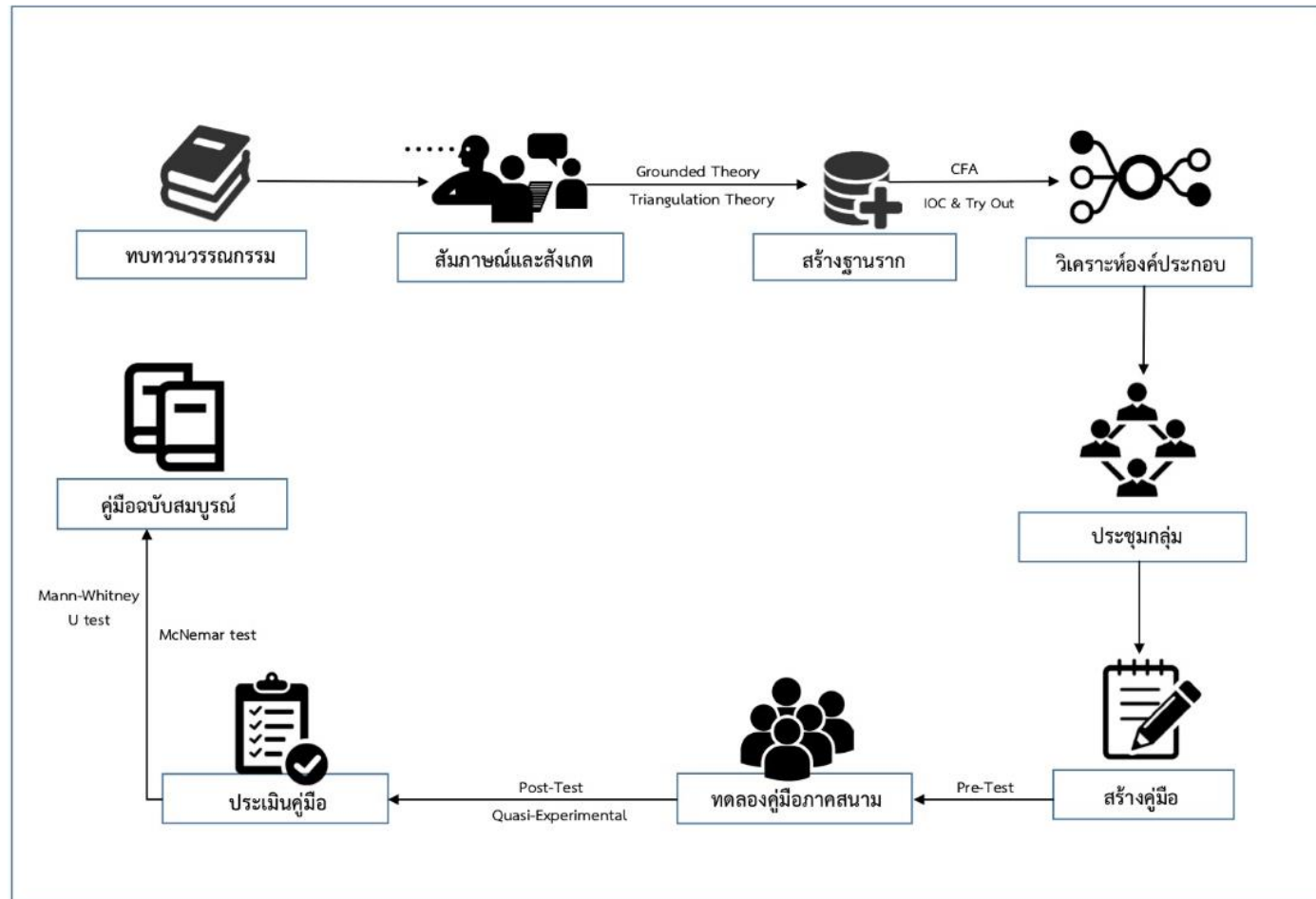
ผู้วิจัยได้ดำเนินการประเมินประสิทธิภาพคู่มือโดยพิจารณาค่าคะแนนประเมินประสิทธิภาพของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกตามกิจกรรม (Task) เพื่อเสริมสร้างศักยภาพตามคู่มือร่วมกับการตรวจสอบสมมุติฐานการวิจัย คือ กลุ่มทดลองมีค่าคะแนนสูงกว่ากลุ่มควบคุม โดยให้ก่อนการทดลองคู่มือในภาคสนาม หรือ Null Hypothesis (H_0) ได้แก่ กลุ่มทดลอง (A) และกลุ่มควบคุม (B) มีลักษณะของการแจกแจงข้อมูลเหมือนกัน และเมื่อมีผู้เข้ามารวมได้ผ่านการทดลองคู่มือในภาคสนามแล้ว จะปฏิเสธ H_0 และยอมรับ Alternative Hypothesis (H_1) หมายถึง กลุ่มการทดลองมีลักษณะของการแจกแจงข้อมูลแตกต่างจากกลุ่มควบคุม ในลักษณะ $H_1: A > B$ ซึ่งเป็นการทดสอบแบบทางเดียว (One-Tailed) เพื่อพิจารณาความเหมาะสมและความเป็นไปได้เชิงนโยบายสามารถนำไปใช้เป็นคู่มือตามวัตถุประสงค์การวิจัย

จากกระบวนการทั้งหมดของการดำเนินงานด้วยการวิจัยกึ่งทดลองในขั้นตอนที่ 3 สามารถสรุปเป็นแผนภาพลำดับขั้นตอน (Flow Chart) ดังภาพที่ 17



ภาพที่ 17 แผนภาพลำดับขั้นตอน (Flow Chart) แสดงกระบวนการดำเนินการวิจัยกึ่งทดลอง เพื่อพัฒนาคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการ โรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

จากภาพที่ 17 แสดงการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi - Experimental Research) นำเสนอผลการศึกษาจากกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม เพื่อแสดงคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปแนวทางและขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยอย่างละเอียดดังแผนภาพที่ 16 เพื่อแสดงลำดับการศึกษาในขั้นตอนที่ 1 – 3 ดังภาพที่ 18



ภาพที่ 18 สรุปกระบวนการแนวทางการดำเนินงานวิจัยเรื่องการพัฒนาคู่มือมาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

จากภาพที่ 18 แสดงให้เห็นถึงแผนภาพสรุปกระบวนการวิจัยเรื่องการพัฒนาคู่มือมาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย ประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน ในขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์เอกสารจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย พร้อมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept. Interview) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) เพื่อสร้างการประยุกต์การสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) และข้อสรุปเชิงทฤษฎีเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของแนวโน้มองค์ประกอบความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการ รวมถึงผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยทฤษฎีสามเส้า (Triangulation Theory) จากนั้นในขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามโครงสร้างและเปรียบเทียบโดยใช้สถิติอนุมาน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อสกัดองค์ประกอบของความเอาใจใส่ของพนักงานบริการ พร้อมกับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยใช้เทคนิคการหาค่า ดัชนีวัดความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาจำนวน 3 คน และการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของข้อคำถาม (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ร่วมกับการประชุมกลุ่มเพื่อการสร้างคู่มือความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติก ประกอบด้วย องค์ประกอบ วัตถุประสงค์ วิธีการดำเนินงาน รูปแบบกิจกรรม และการประเมินผล ต่อมาในขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยได้ดำเนินการด้วยการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi - Experimental Research) โดยการนำไปทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายในภาคสนาม จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม เพื่อทดสอบคู่มือโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบวัดความรู้ และแบบประเมินพฤติกรรมความเอาใจใส่พิเศษ ซึ่งผู้วิจัยได้นำวิธีการของแม็คเนมาร์ (McNemar Test) เพื่อเป็นการทดสอบนัยสำคัญของการเปลี่ยนแปลงข้อมูล 2 ชุด ร่วมกับวิธีการของแมนวิทนี (The Mann-Whitney U test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลในโรงแรมประเภทบูติกแบบรายแห่งทั้ง 4 รูปแบบ โดยผู้ควบคุมการปฏิบัติงานด้วยวิธีการติดตามผลหลังการทดลองใช้คู่มือการปฏิบัติงานจำนวน 2 ระยะเวลา ได้แก่ หลังการทดลอง 15 วัน และหลังการทดลอง 30 วัน สามารถนำผลการศึกษาที่ได้รับกลับมาใช้การพัฒนาคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง การพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย เป็นการวิจัยและการพัฒนา (Research and Development) ด้วยเทคนิคของการผสมผสานวิธี (Mixed Method Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาแนวโน้มองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย เพื่อการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบในการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคล และการนำมาพัฒนาด้วยการวิจัยกึ่งทดลองเพื่อกำหนดเป็นคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เพื่อศึกษาแนวโน้มองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย

1. การวิจัยเอกสาร (Documentary Research)

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารในหลากหลายรูปแบบ โดยพิจารณาจากหลักฐานที่มีนักวิชาการหรือบุคคลอื่นทั่วไปได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่เป็นข้อมูลระดับทุติยภูมิ (Secondary Data) จากเอกสารเผยแพร่ต้องมีความน่าเชื่อถือ (Credibility) สามารถเป็นตัวแทนของเอกสาร (Representativeness) ด้วยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจงในประเด็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทฤษฎีของโรงแรมประเภทบูติก การบริการที่เป็นเลิศ ความเอาใจใส่ การจัดการทรัพยากร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ออกมาเป็นแนวโน้มองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย รวมถึงนำไปใช้เป็นแนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึกในลำดับถัดไป

จุดเริ่มต้นของการวิจัยเอกสารจากการทบทวนวรรณกรรมภายใต้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความเอาใจใส่ เพื่อให้ทราบถึงบทบาทความเอาใจใส่ของพนักงานและองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษ ด้วยวิธีการเทียบเคียงรูปแบบของชุดความรู้ร่วมกับวิธีการลดข้อมูลให้มีความเหมาะสมจากการวิเคราะห์เนื้อหาของวรรณกรรมแต่ละประเภท และสังเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผลการศึกษาพบว่า พนักงานบริการที่จะต้องเผชิญหน้ากับผู้รับบริการที่มีความหลากหลายทางด้านพฤติกรรมจำแนกตามภูมิภาค รวมถึงด้านรสนิยมส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ในการรับบริการครั้งก่อน และความคาดหวังของผู้รับบริการการรับฟังคำบอกเล่าจากผู้รับบริการคนอื่นจากช่องทางต่างๆ ซึ่งผู้ปฏิบัติงานต้องอาศัยทักษะการบริการด้วยความเอาใจใส่จากการรวบรวมข้อมูลพบว่า ความเอาใจใส่ (Empathy) ทั้งหมด 2 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ (1) ทักษะด้านปัญญา (Cognitive) เป็นทักษะที่ผู้ปฏิบัติงานจะต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจพื้นฐานจากการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย เพื่อนำมาใช้ในการคิดวิเคราะห์แก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นกับผู้รับบริการภายใต้สถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กรได้อย่างเหมาะสม ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของ

ประสบการณ์ในการปฏิบัติหน้าที่ที่จะต้องเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และ (2) ทักษะด้านอารมณ์ (Affective) เป็นทักษะที่ผู้ปฏิบัติงานจะต้องใช้ความรู้สึกของตนเองเปรียบเทียบกับสถานการณ์ที่ผู้รับบริการได้พบเจอในแต่ละครั้ง พร้อมกับเลือกวิธีการสื่อสารที่แสดงออกถึงความสุภาพอ่อนน้อม ตลอดจนการเสนอทางเลือกในการแก้ไขปัญหาของผู้รับบริการด้วยความเต็มใจ เพื่อลดระดับความขัดแย้งและความไม่พึงพอใจจากผู้รับบริการ ซึ่งจะเห็นได้ว่าทักษะทางด้านปัญญา (Cognitive) และ ทักษะทางด้านอารมณ์ (Affective) เป็นองค์ประกอบหลักพื้นฐานของความเอาใจใส่ของพนักงานบริการ นอกจากนี้ การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถค้นพบนิยามความหมาย และองค์ประกอบ ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไปตามผลวิจัยที่ค้นพบจากบริบทที่หลากหลาย สามารถพิจารณาการอ้างอิงเพิ่มเติมได้จากตารางที่ 20



ตาราง 20 แสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสำหรับการใช้กำหนดองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ความเอาใจใส่	ระชานนท์ ทวีผล และ ธีระวัฒน์ จันทัก (2560)	ระชานนท์ ทวีผล (2560)	อารียลักษณ์ ตระกูลสมุก ทอง (2559)	มธุรส อรอนงค์ และ คณะ (2559)	อภิรักษ์ สำเหนียก (2558)	สุพจน์ ปงค่าเฟย และ ศุริยา สัมพันธ์ (2558)	ภาวิน บุญเสริมวงศ์กิจ (2558)	นิตยภัทราพราราว (2558)	จินท์จุฑา ชัยเสนาดาล ลาส (2558)	รัญจวน ประวัตินเมือง (2558)	ปรีณา ศิวาลัย และรัต พงษ์ สอนสุภาพ (2557)	เอกชัย ศิระสกุลชัย และ ธวัชวัฒน์ ลิ้มปสุพงษ์ (2557)	บุษรินทร์ ถาดินทร์ (2557)	ศุภลักษณ์ สุริยะ (2556)	รสสุคนธ์ แซ่เฮี้ย (2556)	วสันต์ กานต์วรรัตน์ (2556)
ความต้องการ ความรู้												√				√
การตัดสินใจ					√			√		√						
ความจำ	√												√	√	√	√
ทัศนคติ	√		√			√	√				√	√			√	
การรับรู้	√	√	√	√					√		√					
การโต้ตอบอารมณ์			√	√		√			√							
ความเสมอภาค	√															
การยกย่องให้เกียรติ	√		√		√	√										
การสร้างความสุข		√					√			√			√			

ตาราง 20 แสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสำหรับการใช้กำหนดองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษ (ต่อ)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ความเอาใจใส่	Arnaud et al. (2013)	Shelfali (2013)	Dora et al. (2013)	Tao Wang (2013)	Dercety & Srottova (2012)	Valentini & Robert (2011)	Mohamad & Abdul (2011)	Hailin et al. (2011)	Ivana et al. (2011)	Meneo et al. (2010)	Maja (2010)	Ping (2008)	Ana et al. (2008)	Ioannidou & Konstantikaki (2008)	Kathy (2007)	Darrick & David (2006)	Bo (2005)
ความต้องการความรู้							√	√					√		√		√
การตัดสินใจ			√							√			√		√		√
ความจำ		√							√	√				√			
ทัศนคติ						√					√						
การรับรู้														√			
การโต้ตอบอารมณ์	√		√	√	√	√						√		√	√	√	
ความเสมอภาค																	
การยกย่องให้เกียรติ									√					√			
การสร้างความสุข						√	√	√		√						√	

จากตารางที่ 20 แสดงกระบวนการการทบทวนวรรณกรรมจากแนวคิดทฤษฎี รวมถึงผลการวิจัยทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ สามารถค้นพบประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการที่เชื่อมโยงไปยังทักษะทางด้านปัญญา (Cognitive) และทักษะทางด้านอารมณ์ (Affective) เพิ่มเติม ทั้งสิ้น 9 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ (1) ความต้องการความรู้ (2) การตัดสินใจ (3) ความจำ (4) ทศนคติ (5) การรับรู้ (6) การโต้ตอบอารมณ์ (7) ความเสมอภาค (8) การยกย่องให้เกียรติ และ (9) การสร้างความสุข หากพิจารณาการทบทวนวรรณกรรมภายในประเทศไทยจะพบว่า ความเอาใจใส่ของพนักงานบริการมีความเกี่ยวข้องกับทักษะทางด้านอารมณ์เป็นหลัก ซึ่งอธิบายได้ว่าพนักงานจะต้องสร้างรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมกับผู้รับบริการแบบรายบุคคล มีส่วนช่วยในการลดระดับอารมณ์ของผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี พร้อมกับการจัดเตรียมรูปแบบการบริการพิเศษที่เหนือความคาดหวัง ตลอดจนการสร้างบุคลิกภาพด้วยเครื่องแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อยภายใต้เอกลักษณ์ความป็นไทย ร่วมกับการกล่าวทักทายยกมือไหว้สวัสดีให้เหมาะสมกับกาลเทศะ ซึ่งทั้งหมดเป็นสิ่งสะท้อนความเอาใจใส่ของพนักงานบริการด้วยอารมณ์ความรู้สึก สำหรับบททบทวนวรรณกรรมจากงานวิจัยต่างประเทศนำเสนอประเด็นความเอาใจใส่ของพนักงานบริการที่แตกต่างออกไป โดยเฉพาะการใช้ทักษะทางด้านปัญญาในการวิเคราะห์แก้ไขปัญหาค่าที่เกี่ยวข้องกับผู้รับบริการที่เป็นลำดับขั้นที่ชัดเจน ในบางครั้งพนักงานบริการจะต้องใช้ความรู้ทางวิชาชีพจากสถานศึกษา ควบคู่กับความรู้อจากประสบการณ์ในการทำงานเข้ามาประยุกต์ใช้ตามสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ พนักงานบริการจะต้องเรียนรู้สิ่งที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลสำคัญและรสนิยมของผู้รับบริการเพิ่มเติม โดยเฉพาะผู้รับบริการ ที่เปรียบเสมือนปัจจัยสำคัญที่จะสร้างมูลค่าแก่องค์กร รวมถึงผู้รับบริการที่มีก็จะร้องขอการบริการพิเศษอยู่บ่อยครั้ง ทักษะทางด้านปัญญาจึงเป็นสิ่งที่ช่วยเสริมสร้างศักยภาพในการประกอบอาชีพที่พนักงานบริการทุกคนจะต้องหมั่นฝึกฝนเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

ในขณะที่ความคล้ายคลึงกันของเนื้อหาจากบททบทวนวรรณกรรมภายในประเทศและต่างประเทศ ได้นำเสนอเกี่ยวกับความเอาใจใส่ของพนักงานบริการที่คอยทำหน้าที่ในการแสดงออกซึ่งการรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ จากผู้รับบริการ ร่วมกับการใช้กระบวนการคิดวิเคราะห์เรื่องราวที่เกิดขึ้นในแต่ละสถานการณ์ เพื่อให้สามารถคลี่คลายปัญหาและอุปสรรคโดยอาศัยหลักการประเมินผลที่เป็นระเบียบมากยิ่งขึ้น รวมถึงสามารถในการสื่อสารผ่านทางด้านร่างกาย และการเจรจาต่อรองด้วยวาจาที่สุภาพอ่อนน้อม มีส่วนมีช่วยระงับความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการที่คาดว่าจะเกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ พนักงานบริการยังสามารถซักถามเรื่องราวหรือประเด็นต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่ตนเองสงสัยเกี่ยวกับผู้รับบริการ มีส่วนช่วยให้ได้รับข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายแต่ละรายที่มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ตลอดจนสามารถนำไปพัฒนาออกแบบกระบวนการบริการได้อย่างพึงพอใจ ตามที่ได้กล่าวมา การรับฟังความคิดเห็นร่วมกับการซักถามเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับผู้รับบริการเพิ่มเติม เป็นกระบวนการแสวงหาความรู้จากประสาทสัมผัสของมนุษย์ เช่น การรับฟัง การเฝ้าสังเกต การพูดคุย เป็นต้น ซึ่งเป็นการผสมผสานทักษะทางด้านปัญญาร่วมกับทักษะทางด้านอารมณ์ เพื่อให้เกิดความเอาใจใส่ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างมีอาชีพ ผู้วิจัยสามารถนำเสนอองค์ประกอบย่อยความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทยในรูปแบบของตารางที่ 21

ตาราง 21 แสดงรายละเอียดองค์ประกอบย่อยของความเอาใจใส่จากการวิจัยเอกสาร

ความเอาใจใส่ (Empathy)	องค์ประกอบย่อย
1. ทักษะทางด้านปัญญา (Cognitive)	1. ความต้องการความรู้ 2. การตัดสินใจ 3. ความจำ 4. ทักษะคิด 5. การรับรู้
2. ทักษะทางด้านอารมณ์ (Affective)	1. การรับรู้ 2. การโต้ตอบอารมณ์ 3. ความเสมอภาค 4. การยกย่องให้เกียรติ 5. การสร้างความสุข

ที่มา: จากสังเคราะห์ข้อมูลในการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย

จากตารางที่ 21 แสดงองค์ประกอบของความเอาใจใส่ (Empathy) มีทักษะพื้นฐานที่จำเป็นที่จะต้องประกอบด้วย ทักษะทางด้านปัญญา (Cognitive) เป็นกระบวนการเรียนรู้ด้วยวิธีการต่างๆ ร่วมกับการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบจากความรู้ความจริงที่อยู่เบื้องหลังของแต่ละบุคคล ได้แก่ (1) ความต้องการความรู้ (2) การตัดสินใจ (3) ความจำ (4) ทักษะคิด และ (5) การรับรู้ สำหรับทักษะทางด้านอารมณ์ (Affective) เป็นการแสดงออกซึ่งทักษะการปฏิบัติหน้าที่ที่เหมาะสมกับระดับสภาวะทางอารมณ์ของผู้รับบริการ ซึ่งจะต้องควบคุมการแสดงออกด้วยกิจกรรมารยาทที่เหมาะสมด้วยจินตนาการทางอารมณ์เช่นเดียวกับผู้รับบริการที่มีรสนิยมหลากหลายตามความต้องการ ได้แก่ (1) การรับรู้ (2) การโต้ตอบทางอารมณ์ (3) ความเสมอภาค (4) การยกย่องให้เกียรติ และ (5) การสร้างความสุข อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมยังสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ว่า องค์ประกอบย่อยด้านการรับรู้ได้เป็นส่วนประกอบสำคัญที่สามารถเชื่อมโยงทั้งในส่วนของทักษะทางด้านปัญญาและทักษะทางด้านอารมณ์ที่จะต้องดำเนินไปพร้อมกัน จากองค์ประกอบย่อยที่ปรากฏสามารถนำไปใช้เป็นส่วนประกอบของข้อคำถามกึ่งโครงสร้างปลายเปิดในวิธีวิทยาการประยุกต์ทฤษฎีฐานรากตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยต่อไป

3. การประยุกต์การสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory)

จากการทบทวนวรรณกรรมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อสร้างเป็นแนวคำถามการสัมภาษณ์ (Interview Guide) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) จากผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 17 คน ดังรายละเอียดในตาราง 22

ตาราง 22 แสดงรายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึก

	ตำแหน่งงานและสถานประกอบการ	นามสมมติ
1	ผู้ประกอบการสบาย สบาย แอด สุขุมวิท	ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 1
2	ผู้จัดการบ้านพระนนท์	ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 2
3	ผู้ประกอบการบ้านทะเลดาว	ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 3
4	ผู้จัดการคาซ่า 2511	ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 4
5	ผู้จัดการโรงแรมทรูสยาม	ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 5
6	ผู้จัดการโรงแรมเดอลานา เชียงใหม่	ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 6
7	ผู้จัดการโรงแรมเอส 15 สุขุมวิท	ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 7
8	ผู้จัดการเดอะรีคหัวหิน	ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 8
9	ผู้จัดการรายารีสอร์ท ชะอำ	ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 9
10	ผู้จัดการยูอินจันตรี กาญจนบุรี	ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 10
11	ผู้จัดการกอดเชียงใหม่	ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 11
12	ผู้จัดการทัชชวีริสอร์ทแอนด์สปา	ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 12
13	ผู้จัดการเมอริสอร์ท	ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 13
14	ผู้จัดการบัดดี้ โอเรียนทอล ริเวอร์ไซด์	ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 14
15	ผู้อำนวยการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวและ สันตนาการ	ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 15
16	ผู้จัดการกองประกวดสุดยอดโรงแรมบูติก ไทย	ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 16
17	รองประธานเจ้าหน้าที่ธุรกิจบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 17

ที่มา: จากสังเคราะห์ข้อมูลในการจัดลำดับผู้ให้ข้อมูลหลักของผู้วิจัย

จากตารางที่ 22 เป็นการจัดลำดับผู้ให้ข้อมูลหลักร่วมกับการกำหนดนามสมมติเพื่อปกปิดความลับของผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 17 คน ที่มีตำแหน่งงานที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายและควบคุมการปฏิบัติงานของพนักงานบริการภายในโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย โดยการก่อตั้งกิจการมีทั้งสิ้น 2 ลักษณะ ดังนี้ (1) การนำสินทรัพย์ของตนเองที่พักอาศัยเก่าแก่มาดำเนินการดัดแปลงพร้อมกับการปรับเปลี่ยนภูมิทัศน์โดยรอบให้กลายเป็นธุรกิจที่พักแรมขนาดเล็ก มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 1 – 40 ห้อง อีกทั้งผู้ประกอบการได้ใช้ผลงานศิลปะที่เป็นของสะสมแต่ละแขนงมาจัดแสดงภายในห้องพักและสถานที่ต่างๆ ของโรงแรม เช่น งานจิตรกรรมภาพวาดสีน้ำมัน งานปะติมากรรมรูปปั้นและเทวรูปโบราณ เป็นต้น นอกจากนี้ กลุ่มของผู้ประกอบจะเป็นผู้ควบคุมนโยบายด้วยตนเอง (Hotel Independents) ตั้งแต่การกำหนดตำแหน่งเป้าหมายทางการตลาด การจัดตั้งโครงสร้างองค์กร การบริหารงบประมาณรายรับ-รายจ่าย การจัดการทรัพยากรมนุษย์

การวางแผนกิจกรรมประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขาย และการกำหนดรูปแบบการบริการของพนักงานบริการ ในขณะที่โรงแรมประเภทบูติคจากแนวคิดที่อ้างอิงจากประสบการณ์ในการเดินทางเข้าพักหรือประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว โดยพนักงานบริการ 1 คนจะต้องสามารถปฏิบัติงานได้หลากหลายหน้าที่ เนื่องจากมีอัตรากำลังบุคลากรที่จำกัด (2) การใช้ระบบบริหารจัดการแบบเครือข่ายที่มีมาตรฐานการบริการ (Hotel Chains) ภายในโรงแรมขนาดกลางที่มีห้องพักตั้งแต่ 40 ห้องขึ้นไป พร้อมด้วยบริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอต่อผู้รับบริการ ซึ่งต้องอาศัยนโยบายที่สามารถควบคุมกระบวนการบริหารจัดการให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดเอาไว้ในสัญญา ซึ่งผู้ประกอบการจะเสียค่าธรรมเนียม เพื่อให้ได้มาแนวทางการบริหารจัดการที่ได้รับการยอมรับจากตราสินค้ากลุ่มผู้รับบริการทั้งระดับท้องถิ่นและสากล และการกำหนดรูปแบบการบริการของพนักงานบริการที่ต้องปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัด โดยการจำแนกหน้าที่จะถูกแบ่งออกเป็นฝ่ายหรือแผนกที่ชัดเจน เช่น งานครัว งานต้อนรับส่วนหน้า งานแม่บ้าน งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น

สำหรับผลการวิเคราะห์แนวโน้มองค์ประกอบของความเข้าใจพิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย จากทักษะทางด้านปัญญาที่พนักงานบริการต้องใช้การคิดวิเคราะห์เพื่อแก้ไขปัญหาที่ผู้รับบริการต้องการด้วยวิธีการต่างๆ โดยเริ่มต้นจาก (1) ความต้องการองค์ความรู้ (Need Knowledge) เป็นทักษะของพนักงานบริการที่จะต้องพัฒนาตนเองด้วยองค์ความรู้เกี่ยวกับขอบเขตหน้าที่ได้รับมอบหมายตามฝ่ายหรือแผนกได้อย่างถูกต้อง ซึ่งในโรงแรมประเภทบูติคบางแห่งที่มีอัตรากำลังบุคลากรไม่มาก พนักงานบริการจำเป็นจะต้องเรียนรู้ภาระงานที่อยู่นอกเหนือฝ่ายหรือแผนกของตนเองเพิ่มเติม เนื่องจากบางช่วงเวลาต้องสามารถปฏิบัติงานข้ามสายงานได้ สิ่งสำคัญที่พนักงานบริการทุกคนต้องรับทราบร่วมกัน คือ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการภายในโรงแรม พร้อมกับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย เช่น ธุรกิจบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมและประเพณี เป็นต้น ร่วมกับรูปแบบพฤติกรรมของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายในแต่ละภูมิภาคที่แตกต่างกันไปตามความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ความเชื่อทางศาสนา และรสนิยมตามชาติพันธุ์ นอกจากนี้ สิ่งที่พนักงานบริการต้องแสวงหาความรู้ในประเด็นร่วมสมัยอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะทักษะความรู้ด้านภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารประจำวันซึ่งเป็นภาษาสากลสำหรับคนทั่วโลก รวมถึงทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ เช่น โปรแกรมสำเร็จรูปที่ช่วยสืบค้นข้อมูลทั่วไป โปรแกรมช่วยแปลภาษา สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

“ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับงานโรงแรมประวัติความเป็นมา เมื่อลูกค้าถามก็ต้องตอบให้ได้ ห้องอาหารอยู่ชั้นไหน ห้องพักรูปร่างแบบ อีกอย่างหนึ่งพนักงานจะต้องเข้าใจงานตนเองที่แผนกมอบหมาย นี่เป็นจุดเริ่มต้นเลยครับ ก่อนอื่นเค้าต้องมีความเข้าใจก่อนว่า หน้าที่ของเขาต้องทำอะไรบ้างในแต่ละวัน บางคนไม่ได้จบการท่องเที่ยวยุโรปมา เรื่องการสร้างความรู้เข้าใจต้องใช้เวลานาน น่องแต่ละคนต้องมาเรียนรู้ใหม่ว่างานคืออะไร” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 8, 2560) สอดคล้องกับ “พนักงานบริการต้องสามารถปฏิบัติงานในแผนกใกล้เคียงได้ เข้าใจขั้นตอนการทำงานที่เข้าต้องรู้ เพราะโรงแรมเรากันน้อยบางตำแหน่งงาน อาจจะต้องมาช่วยเสริมช่วยดูแลกัน คนที่ทำงานพร้อมกัน

คนที่ทำงานเอพี ก็ต้องสามารถพูดภาษาอังกฤษได้ ไม่ต้องดีมากนักครับ แต่ขอให้สื่อสารพอรู้เรื่องเข้าใจไม่ได้ซีเรียสมาก” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 12, 2560) สอดคล้องกับ “พนักงานบริการจะต้องมีเซอร์วิสมาด้วย นะคะ แต่พนักงานต้องรู้ก่อนว่า ทักษะทางด้านอาชีพ ทำตำแหน่งอะไรในโรงแรม ก็ควรจะรู้งานในตำแหน่งนั้น และคนที่เจอกับแขกบ่อยๆ ต้องรู้ด้วยคะว่าภาษาอังกฤษต้องใช้อย่างไร เพราะทางโรงแรมเรามีทดสอบด้วย” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 14, 2560) สอดคล้องกับ “ต้องเตรียมพวก อินเทอร์เน็ตของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของเราด้วย ต่อให้ไม่ได้มีภูมิสำเนาในท้องถิ่นก็ตาม ก็ต้องทำการบ้านนะค่ะ พึ่งจุลึว่าควรรู้อะไรบ้าง แลจะไปไหนได้ เทียบยังไง ไปยังไง ไปรถไฟฟ้าบีทีเอส หรือไปรถเมล์ รถมอเตอร์ไซด์ มีเวลาการเดินทางพอกันที่โรงพยาบาลอยู่ตรงไหน จุดแลกเงินบาทแลกได้ที่ไหนบ้าง” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 5, 2560) สอดคล้องกับ “พนักงานกับภาษาเป็นเรื่องที่ผมว่าทุกโรงแรมนะครับ คงต้องคาดหวังอยากจะทำให้เขาพูดน้อยๆ ก็คือ ภาษาอังกฤษเวลาคุยกับลูกค้าฝรั่ง แต่ถ้าเชียงใหม่ก็ต้องภาษาจีนด้วย อย่างของภาษาอังกฤษน้อยๆ จะพูดกันได้อยู่แล้ว ภาษาจีนทางโรงแรมเราจะมีครูจีนมาสอนทุกวันพฤหัสบดี” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 11, 2560) สอดคล้องกับ “พนักงานที่นี้ก็พูดภาษาไม่ได้คะอาจารย์ ส่วนใหญ่ที่จะสอนให้ใช้โปรแกรมแปลภาษาในมือถือทั่วไปคะแบบง่าย บางคนก็ใช้ไม่เป็นไม่เป็นไร แต่ขอให้พอได้ ใครชำนาญหน่อยก็แปลเป็นภาษาของเขาเป็นภาษาอังกฤษ อย่างบางคนใช้ไม่ได้ก็ยื่นให้แขกลองกดเองเลยคะ แบบนี้ก็มี” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 2, 2560) และ สอดคล้องกับ “ตอนแรกทางเราลำบากนะ ทั้งโรงแรมมีคนเข้าระบบโอเคดี และทำคอมพิวเตอร์เป็นจริงๆ แค่นั้นเดียว เวลาอะไรเสียลำบากมาก ทุกวันนี้ พนักงานที่นี้จะต้องพอแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับระบบอินเทอร์เน็ต แก้ไขไวไฟไม่ติด เปิดเมลพอได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 1, 2560)

จากการสังเคราะห์ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลักสามารถสรุปได้ว่า พนักงานบริการเมื่อเกิดองค์ความรู้ในเรื่องการบริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จะนำเอาข้อมูลเหล่านั้นเข้าสู่กระบวนการลำดับต่อมา นั่นก็คือ (2) การตัดสินใจ (Decision Making) เป็นทักษะของพนักงานบริการที่จะต้องทำความเข้าใจกับสิ่งที่กำลังเผชิญหน้า โดยสามารถเชื่อมโยงประสบการณ์ในการปฏิบัติงานในครั้งก่อนมาช่วยสนับสนุนแก้ไขปัญหา พนักงานบริการที่มีอายุการปฏิบัติงานมายาวจะสามารถวิเคราะห์แก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ เนื่องจากมีประสบการณ์ที่พบเจอกับผู้รับบริการหลากหลายสถานการณ์ เช่น การทะเลาะวิวาทระหว่างผู้รับบริการ ทรัพย์สินมีค่าของผู้รับบริการสูญหาย การนำส่งผู้รับบริการส่งโรงพยาบาล เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันการตัดสินใจของพนักงานบริการจะต้องประเมินความเหมาะสม โดยพิจารณาจากจำนวนสมาชิกที่เดินทางเข้าสู่ที่พักแรมในแต่ละครั้ง สามารถจำแนกความคาดหวังของผู้รับบริการตามกลุ่มช่วงอายุ กลุ่มภูมิภาค และกลุ่มอาชีพ ซึ่งจะต้องอยู่บนพื้นฐานของระยะเวลาและทรัพยากรภายในโรงแรม นอกจากนี้ ทักษะการตัดสินใจของพนักงานบริการสามารถถ่ายทอดระหว่างกันได้จากพนักงานเก่าสู่พนักงานใหม่ เพื่อใช้เป็นกรณีศึกษาสำหรับการให้คำแนะนำในแต่ละครั้งที่เผชิญหน้ากับปัญหาที่ยากต่อการตัดสินใจ อย่างไรก็ตามพนักงานบริการที่หมั่นฝึกฝนทักษะการตัดสินใจอยู่บ่อยครั้ง จะเกิดเป็นความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับงานบริการในแต่ละฝ่ายหรือแผนก เช่น การออกแบบรายการอาหารที่แปลกใหม่ การจัดตกแต่งห้องนอนให้มีความสวยงามตามเทศกาลต่างๆ เป็นต้น สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

“อาหารของโรงแรมเราจะมีตัวเลือกให้น้อยมาก บางครั้งเราก็ไม่รู้ว่าจะใครชอบทานอะไร หรือไม่ชอบอะไร แต่ที่นี้ก็จะมาให้เลือกนะ แต่ก็มีลูกค้าที่เขาเป็นมุสลิมมาก็เคยมีนะครับ ทางเราพอรู้ก็จะต้องหาทางเตรียมไว้ให้ล่วงหน้าทันที” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 11, 2560) สอดคล้องกับ “พนักงานโรงแรมสามารถใช้ประสบการณ์ที่สั่งสมมาทั้งชีวิตคนโรงแรม มาช่วยทำความเข้าใจลูกค้ามากขึ้น แต่ละคนก็จะเจอเคสต่างๆ มาไม่เหมือนกัน คนที่ทำงานมาจะมีเคสเยอะกว่า นั่นแหละค่ะ เพราะว่าสามารถแก้ไขปัญหาได้ดีเลย ส่วนกรณีฝรั่งต่างชาติ ที่ว่าก็ต้องใช้ประสบการณ์เหมือนกัน ก็ต้องเคยดูแลเคยพูด หรือเคยคุยกับฝรั่งมาบ้าง ถึงพอเข้าใจปัญหาของเขา” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 6, 2560) สอดคล้องกับ “เวลาจะดูมาตรฐานของคนโรงแรม โดยเฉพาะโรงแรมบูติค สิ่งที่จะต้องวิเคราะห์ที่ว่าเป็นเรื่องความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ทั่วไปค่ะ มนุษย์เราต้องการปัจจัย 4 พนักงานก็ต้องเข้าใจว่าคนที่เข้าพักเขาต้องการอะไรอีกบ้าง ดูจากจำนวนวันที่เขาเข้าพักทั้งหมด ดูสัญชาติ ดูศาสนาว่าเขานับถืออะไร โดยเฉพาะคนละชาติคนละภาษา ดูแลเราต้องคิดต่อให้ได้ว่าจะบริการอะไรเขาต่อไป หรือสร้างการช่วยเหลืออย่างไรได้บ้าง” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 15, 2560) สอดคล้องกับ “มีเหตุการณ์ฉุกเฉินที่พนักงานต้องตัดสินใจเดี๋ยวนั้นก็มีนะ เช่น แยกเตียง แยกป่วยต้องส่งโรงพยาบาล จะตัดสินใจว่าต้องทำอะไรก่อนหลัง ต้องจัดลำดับให้ดีบางครั้งแยกที่เตียงร้อนเราก็ต้องช่วยเหลือก่อน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 5, 2560) สอดคล้องกับ “เห็นแล้วรู้เลยว่า คนจีน คนญี่ปุ่น พวกเขาจะถนัดใช้ตะเกียบเป็นหลัก ทางเราก็ต้องเซ็ทตะเกียบเอาไว้บนโต๊ะทันที โดยไม่ต้องร้องขอ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 12, 2560) และยังสอดคล้องกับ “อาจารย์จะต้องเข้าใจ พนักงานโรงแรมสิ่งที่จะทำให้เติบโตได้ไม่ใช่แค่ความรู้ ว่าใครจะจบสูงกว่า แต่มันต้องขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในงานโรงแรม ประสบการณ์ช่วยให้แก้ไขปัญหาต่างๆ เวลาเจอแขกได้ดี ประสบการณ์ช่วยให้เราวิเคราะห์แขกที่มีลักษณะพฤติกรรมคล้ายกัน แม้จะมาจากคนละที่ แต่ก็สามารถคาดเดาอะไรบางอย่างได้ใกล้เคียง” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 7, 2560)

จากการสังเคราะห์ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลักสามารถสรุปได้ว่า ความสำเร็จจากการตัดสินใจของพนักงานบริการจะมีโอกาสเพิ่มมากยิ่งขึ้นได้ หากพนักงานบริการสามารถใช้ข้อมูลจากทักษะของตนเอง นั่นก็คือ (3) การจดจำ (Memory) เป็นทักษะของพนักงานบริการที่สามารถเรียนรู้รายละเอียดของผู้รับบริการ เช่น ชื่อ-นามสกุล อาชีพ ภูมิลำเนา รูปพรรณสัณฐาน โรคประจำตัว หมายเลขห้องพัก เป็นต้น สามารถค้นหาข้อมูลได้จากเอกสารสำคัญในการสำรองห้องพักล่วงหน้า อาจค้นพบข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดเตรียมความพร้อมในการให้บริการที่ร้องขอเพิ่มเติม รวมถึงข้อร้องเรียนหรือข้อเสนอแนะจากช่องทางต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงการบริการให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ความจำยังเชื่อมโยงกับทักษะการสังเกตพฤติกรรมระหว่างการให้บริการ พิจารณาจากปฏิกิริยาการตอบสนองแบบรายบุคคล ความถนัดในการใช้อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ทักษะการจดจำเป็นสิ่งที่พนักงานบริการต้องหมั่นฝึกฝนทบทวน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้รับบริการรายเก่าที่มาใช้บริการกับทางโรงแรมอยู่เป็นประจำ อีกทั้งการจดจำมีความเหมาะสมกับพนักงานรายใหม่ที่เข้ามาปฏิบัติงานกับทางโรงแรมประเภทบูติคที่มีห้องพักและจำนวนผู้รับบริการ

ไม่มากนัก สามารถเรียนรู้ข้อมูลที่สำคัญภายในระยะเวลาที่กำหนดอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

“คะ พนักงานต้องคอยดูคอยจํารายละเอียดเกี่ยวกับบริการของโรงแรม เช่น ความสะอาดภายในห้องพัก แล้วก็ยังมีบางนะคะที่ต้องไปอ่านคอมเมนต์ ในช่องทางออนไลน์ต่างๆ ไว้เป็นข้อมูลของเรา” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 5, 2560) สอดคล้องกับ “การสังเกตพฤติกรรมของผู้รับบริการจากการเคลื่อนไหวของร่างกาย เช่น การที่ผู้รับบริการขยับตัวลุกขึ้นระหว่างรับประทานอาหาร แสดงว่าต้องการอะไรบางอย่าง ต้องจําไว้เมื่อเวลาเจออีกครั้ง เขาจะได้ให้บริการได้ถูกต้อง” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 9, 2560) สอดคล้องกับ “ข้อแรกต้องสามารถจดจํารายละเอียดของห้องพักที่ลูกค้าของเราชอบ เช่น มีการพักหลายวันสามารถจดจํารายละเอียดที่ชื่นชอบ หรือทราบถึงข้อห้ามข้อควรระวังของลูกค้าแต่ละคนด้วย ข้อสองการสังเกตว่าลูกค้าพอใจกับห้องที่เราจัดเตรียมไว้ เช่น การเสริมที่นอนเพื่อลดความแข็งของเตียง แล้วก็การเพิ่มที่อุดหูเพื่อลดเสียงรบกวนจากรถตอนกลางคืน และข้อสามการหาข้อมูลจากเอกสารการจอง จะเจอสิ่งที่แขกฝากไว้ว่าอะไรชอบไม่ชอบ แต่ก็ไม่ใช่ทุกคนนะคะ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 2, 2560) สอดคล้องกับ “ความจําเกี่ยวกับลูกค้า หมายเลขห้อง ชื่อแขก ประเทศที่มา สิ่งพวกนี้ใช้เวลาจําไม่นาน สักพักก็สามารถจําได้ ไม่จําเป็นต้องถึงขนาดท่องหรอก” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 11, 2560) สอดคล้องกับ “พนักงานควรค้นหาข้อมูลจากระบบคอมพิวเตอร์ พวกอีเมล เฟซบุ๊ก โดยเฉพาะแขกหรือลูกค้าเก่าที่มาพักกับเราบ่อยๆ โดยเฉพาะพนักงานคนเก่า จะจําได้เลยแม้กระทั่งชื่อของพวกเขา เขาชอบอะไรหรือไม่ชอบอะไรเลยนะ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 10, 2560) และยังสอดคล้องกับ “การค้นหาข้อมูลของผู้เข้าพักล่วงหน้าครับ ถ้าเป็นคนสำคัญหรือทางเรามาไว้มาก เราก็จะลองค้นจาก Facebook ได้ทัน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 8, 2560)

จากการสังเคราะห์ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลักสามารถสรุปได้ว่า ทักษะการจดจําเป็นการแสดงความสามารถส่วนบุคคลที่ช่วยทำให้พนักงานบริการสามารถวิเคราะห์หัดตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งในขณะเดียวกันความสามารถทางด้านปัญญาของพนักงานบริการจะต้องอยู่บนพื้นฐานของจิตใต้สำนึกส่วนบุคคล นั่นก็คือ (4) ทักษะคติ (Attitude) เป็นทักษะของพนักงานบริการที่แสดงออกต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในระหว่างปฏิบัติหน้าที่ เป็นค่านิยมขององค์กรที่เกิดขึ้นได้จากการปลูกฝังจากผู้บริหาร โดยพนักงานบริการต้องตระหนักถึงบทบาทของตนเองในการมีส่วนร่วมที่จะขับเคลื่อนองค์กรตามวิสัยทัศน์และพันธกิจ พร้อมกับการดูแลรักษาต้นทุนการดำเนินงานในแต่ละครั้งให้คุ้มค่ามากที่สุด สามารถใช้เวลาความเป็นส่วนตัวในการปฏิบัติงานล่วงหน้าด้วยความเต็มใจ รวมถึงการปฏิบัติงานร่วมกับสมาชิกคนอื่นด้วยความสามัคคีและการกำหนดเป้าหมายความก้าวหน้าในสายอาชีพต่อไปในอนาคต ในขณะที่ทัศนคติของพนักงานบริการมีความเกี่ยวข้องกับคุณธรรมจริยธรรมที่มีต่อผู้รับบริการ ซึ่งจะได้รับความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สินตลอดระยะเวลาที่เข้าพักอาศัยภายในโรงแรม นอกจากนี้ทัศนคติของพนักงานบริการจะต้องสามารถแสดงออกถึงการอุทิศตัวเพื่อช่วยเหลือชุมชนและสิ่งแวดล้อมภายในท้องถิ่น จึงเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

“อย่างที่เราเคยไปตรวจโรงแรม ก็จะเห็นว่ามียูหนึ่งทีนะคะ ที่โรงแรมหรือทาง HR เขาจะมามีป้ายในลักษณะของคำขวัญปลุกใจให้พนักงานเขาเห็นทุกวันทุกวัน พี่ว่ามันช่วยได้นะ ที่เราจะรู้สึกและผูกพันกับองค์กรแบบไม่รู้ตัว” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 17, 2560) สอดคล้องกับ “เราใช้แรงงานจากเขมร ฟิลิปปินส์ พอเราเจอปัญหาและคิดว่าอยากที่สุด คงเป็นการสร้างจิตสำนึกของพวกเขานี้แหละ เมื่อเจอของที่แขกลืมไว้ ทำอย่างไรให้เขาอมส่งคืนแบบเต็มใจ เพราะเดี๋ยวเราไม่รู้หรือกว่าแต่ละวันเจออะไรมาบ้าง และพอเขาเห็นแล้วเขาอยากได้ไหม” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 1, 2560) สอดคล้องกับ “บ้านทะเลดาวอยู่ใกล้ตัวเมืองนะ ทั้งโรงแรมและออฟฟิศนี้ด้วย เราก็เข้าใจเขา มีบ้างที่รถติดมาสายมาช้านานเป็นเรื่องปกติ บางทีก็เจอปัญหาที่เดินทางมาไม่ได้ก็มี แต่ถ้ามาถึงที่แล้วก็ต้องแอกทีฟ ให้อุปพร้อมทำงานจริงๆ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 3, 2560) สอดคล้องกับ “พนักงานต้องมีความเชื่อมั่นในกฎระเบียบนโยบายของโรงแรมด้วยคะ ทางเราก็ต้องพร้อมนะคะที่ถ่ายทอดให้ฟังตั้งแต่วันแรก บอกว่าอะไรเป็นกฎระเบียบและสิ่งที่เจ้าของเขาคาดหวังจะให้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข, 14) สอดคล้องกับ “ทัศนคติของพนักงานบริการ ตามความเห็นของตน ตนว่ามันเกี่ยวข้องกับ 3 ส่วนนะครั้น ที่จะทำให้เกิดความสุขกับการทำงานทุกวันได้ ส่วนที่แรกทำเพื่อตนเองก็ ต้องมีเป้าหมายชีวิต ทุกคนอยากได้เงินอยากเติบโตเป็นเจ้านายหมด เพราะฉะนั้นเขาต้องรู้ว่า คุณมาทำงานตรงนี้เพราะอะไร ส่วนที่สองทำเพื่อองค์กรกับเจ้านาย คุณต้องเชื่อมั่นไว้ใจว่าที่คุณมาอยู่ที่ แสดงว่าต้องรู้แล้วว่าอะไรจะเกิดขึ้นก็ต้องพร้อมปรับตัวให้เข้ากับคนอื่น และสุดท้ายทำเพื่อลูกค้า ตนว่าสิ่งนี้ที่เขาจะต้องเข้าใจว่าลูกค้าที่นี่อยากได้อะไร การบริการที่ดีใช่ไหม” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 9, 2560) และสอดคล้องกับ “ให้เขาพร้อมอุทิศตัว บางครั้งพนักงานจะอยู่เลยเวลางานนานสักวันหนึ่งที่มีลูกค้าเข้ามาเยอะ คนที่เต็มใจจะอยู่ก็ต้องเข้าใจก่อนนะว่า งานโรงแรมเข้า-ออกตามเวลางานก็ไม่ค่อยเป็นเวลา โรงแรมก็มีนะคะที่บางทีที่กับทางบัญชี ก็ต้องมาช่วยเสิร์ฟ ช่วยปูเตียง” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 13, 2560)

จากการสังเคราะห์ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลักสามารถสรุปได้ว่า ทัศนคติของพนักงานบริการเกิดมาจากรากฐานของวัฒนธรรมองค์กรแต่ละแห่งถูกใช้เป็นกรอบแนวทางการปฏิบัติงานแต่ละแผนกประสบความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร ซึ่งในขณะเดียวกันทัศนคติของพนักงานบริการที่มีต่อผู้รับบริการ สามารถเกิดขึ้นได้จากวิธีการเรียนรู้โดยตรงจากสถานการณ์ประจำวัน นั่นก็คือ (5) การรับรู้ (Recognition) เกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ ที่ผู้รับบริการต้องการสื่อสารพูดคุย เป็นทักษะที่พนักงานบริการจะต้องเรียนรู้เพิ่มเติมจากการรับฟังความคิดเห็นทั้งเชิงบวกและเชิงลบที่มีต่อการให้บริการ ช่วยให้สามารถค้นหาสาเหตุของปัญหาการให้บริการ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ ห้องพักรขนาดเล็กจนเกินไป เป็นต้น นอกจากนี้ ปัญหาของการบริการที่อาจมีสาเหตุมาจากการปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการแต่ละรายที่ทางโรงแรมไม่สามารถควบคุมได้ เช่น โรคประจำตัว รสนิยมและความเชื่อส่วนบุคคล เป็นต้น พนักงานบริการจะต้องแสดงออกซึ่งการรับฟังด้วยความตั้งใจ และมีกิริยามารยาทที่เหมาะสม โดยใช้จิตนาการทางอารมณ์เช่นเดียวกับปัญหาหรือข้อร้องเรียนที่ผู้รับบริการแต่ละราย ตลอดจนทักษะการรับรู้ของพนักงานบริการจะต้องสามารถคิดค้นข้อคำถามในสิ่งที่ตนเองเกิดความสงสัยเกี่ยวกับผู้รับบริการ เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้พัฒนาการบริการให้มีความ

เหมาะสมกับจำนวนผู้เข้าพักในช่วงระยะเวลาที่ต้องการความช่วยเหลือ ตลอดจนสามารถเฝ้าระวังข้อจำกัดในการให้บริการ สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

“การรับฟังความเห็นเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม บางอย่างอาจจะต้องมีการจัดเตรียมให้พร้อมให้เหมาะสมกับแขกของเราบางคนมีอายุบางคนไปไหนมาไหนไม่รู้ จะได้เตรียมตัวช่วยเหลือได้ทันที” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 7, 2560) สอดคล้องกับ “การแก้ไขการบริการที่ดีต้องมาจากการรับฟังข้อผิดพลาด และคำชมเกี่ยวกับการบริการ จะทำให้ได้ต้องฟังทั้งด้านดีด้านลบ อะไรที่มันเสี่ยงต่อการไม่กลับมาในครั้งหน้า จะได้รับแก้ไขดูแล” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 8, 2560) สอดคล้องกับ “ดวงอยากให้ลองคิดว่า เวลาเราฟังใครแล้วเขาตั้งใจฟังเรา ยืมให้เรามองหน้าเราดีๆ เรายังมีความสุขเลย ดวงว่าพนักงานทุกคนต้องฝึกค่ะ เหมือนที่นี้เลยคะ มองหน้ากระจกคะ อาจารย์ แล้วยืมให้ตัวเอง พูดไปด้วย มันช่วยได้จริงๆ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 16, 2560) สอดคล้องกับ “ระวังทำให้มากคะ อย่างป้าตึกจะบอกน้องๆ ทุกคนว่า ให้แขกพูดให้จบก่อน ห้ามไปขัดเด็ดขาดมันเสียมารยาท จะเป็นสิ่งที่ลูกค้าตั้งใจหรือไม่ได้ตั้งใจเล่า เราก็ต้องฟังรายละเอียดที่เขาพูดให้ครบ แล้วค่อยเสนอทางเลือกอื่นที่ลูกค้าสะดวกด้วย” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 4, 2560) สอดคล้องกับ “การรับฟังเกี่ยวกับลูกค้าร้องขอ บางวันทีนี้เราก็ไม่คิดว่าจะเกิดขึ้นมาก่อน เพราะว่ามาจากตัวของลูกค้าเอง อย่างเช่นถ้าลูกค้าป่วยมา เราอาจจะต้องมาดูก่อนว่าลูกค้าเป็นอะไร ปวดหัว ปวดท้อง โรคทั่วไป เราพูดดูแลได้ แต่โรคประจำตัวบางอย่างจะต้องหาทางช่วยต่อไป ซึ่งนี่แหละครับ มันเกินกำลังแต่ต้องพยายามช่วยเขา แม้ไม่ใช่เรื่องภายในของเราก็ตาม” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 12, 2560) สอดคล้องกับ “พื่ออยากให้พนักงานทุกคนเริ่มต้นจากการถามผู้รับบริการกลับด้วยว่า ยังมีอะไรที่ต้องการเพิ่มเติม ถ้าบริการไปแล้วอาจจะต้องลองถามในช่วงจังหวะที่คืนะคะ ต้องเหมาะสมด้วย ถามในสิ่งที่เราคิดว่ามันเป็นประโยชน์ต่อโรงแรม ต่อเพื่อนที่ทำงานกับเรา จะได้เอาสิ่งที่รับฟังมาเตรียมความพร้อมคะ จะได้ไม่พลาดอีก” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 6, 2560) และสอดคล้องกับ “พนักงานต้องกล้าที่จะถามนะ อย่าทำอะไรโดยที่บางครั้งการเดาพลาดได้ เช่นถามว่าลูกค้าแพ้อะไร บางทีคุยไม่เข้าใจเวลาเจอลูกค้าฝรั่งลองวาดภาพคุยกัน เพื่อให้ดูว่าเข้าใจกันดีไหมกับลูกค้ากับพนักงาน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 5, 2560)

จากการสังเคราะห์ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลักสามารถสรุปได้ว่า การรับรู้ของพนักงานบริการแต่ละบุคคลอาจมีข้อจำกัดในการเรียนรู้ไม่เท่ากัน ซึ่งต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้รับบริการจำแนกตามหลักภูมิศาสตร์ รายละเอียดของภาระหน้าที่ความรับผิดชอบในแผนกที่ตนเองได้รับมอบหมายในโรงแรม และประสบการณ์ในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ซึ่งเป็นพื้นฐานของทักษะทางด้านปัญญาที่ต้องแสวงหาข้อคิดเห็นที่มีต่อการบริการเพิ่มเติมอยู่เสมอ ร่วมกับการใช้ความสามารถทางอารมณ์เพื่อสร้างการสื่อสารโต้ตอบที่แสดงออกถึงความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ เป็นการผสมผสานทักษะทางด้านอารมณ์ของพนักงานบริการเพื่อเกิดกระบวนการมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ความสำคัญของทักษะทางด้านอารมณ์มีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารหลากหลายรูปแบบ พนักงานบริการต้องคำนึงถึงการรับรู้ของผู้รับบริการ โดยเฉพาะการฝึกฝนการควบคุมอารมณ์ที่ส่งผลต่อการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการ นั่นก็คือ (6) การโต้ตอบทางอารมณ์

(Interaction) เป็นทักษะการสื่อสารที่มุ่งเน้นการหลีกเลี่ยงการปะทะอารมณ์ระหว่างผู้รับบริการกับพนักงานบริการในโรงแรม โดยการควบคุมการเคลื่อนไหวบนใบหน้า พร้อมกับการเลือกใช้น้ำเสียง สันทนที่สุภาพอ่อนโยนต่อผู้ฟัง สำหรับการป้องกันความไม่เข้าใจเบื้องต้นของผู้รับบริการ เริ่มต้นจากพนักงานจะต้องอธิบายเงื่อนไขการให้บริการให้ทราบล่วงหน้า รวมถึงการระบุข้อจำกัดพร้อมยกตัวอย่างให้ชัดเจน ในบางสถานการณ์ที่ไม่สามารถควบคุมความพึงพอใจได้ พนักงานบริการจะต้องประสานงานไปยังสมาชิกคนอื่นหรือผู้บังคับบัญชาภายในแผนกเข้ามาช่วยเหลือทันที นอกจากนี้พนักงานบริการจะต้องดำเนินการรายงานความคืบหน้าเกี่ยวกับแนวทางการแก้ไขปัญหาที่ผู้รับบริการรู้สึกถึงความไม่พึงพอใจ เมื่อปัญหาเหล่านั้นได้รับการแก้ไขหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรับทราบเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ในกรณีที่กระบวนการแก้ไขให้ปัญหายังไม่เป็นที่พึงพอใจแก่ผู้รับบริการ พนักงานบริการจะต้องจัดเตรียมการบริการพิเศษเอาไว้ เพื่อเป็นการชดเชยสิ่งที่คุณรับบริการไม่ได้รับการตอบสนอง สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

“ผมว่ายากที่สุด คือ การควบคุมอารมณ์ตัวเอง ให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าเขา คือ ผู้ที่ถูกต้องที่สุดให้ได้ในตอนนั้น บางทีพนักงานต้องลองเอาตัวอยู่ในอารมณ์เดียวกับลูกค้า” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 11, 2560) สอดคล้องกับ “พนักงานทุกคนควรแยกแยะอารมณ์ออกจากความโมโห ไม่ว่าจะเป็นอย่างลูกค้าหรือเพื่อนร่วมอาชีพ หรือใครในโรงแรมก็ตาม ไม่ซัดสีหน้าด้วยนะ ทุกคนต้องลองทำ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 14, 2560) สอดคล้องกับ “จากการที่พนักงานของเราต้องบอกสิ่งที่จะห้าม ทำอะไรไม่ได้ในห้องพัก ทางโรงแรมบอกกฎตั้งแต่เนิ่นๆ และก็ต้องคอยบอกลูกค้าว่าแก้ปัญหาไปหนึ่งไหนแล้ว บางทีถ้าผมอยู่ก็จะมาช่วยแก้ไขให้เขาด้วย เพราะบางที่เขาไม่เคยเจอมาก่อน อาจจะทำได้ไม่ถูกกว่าเป็นยังไง ก็ต้องมาช่วยกันบ้างครับ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 5, 2560) สอดคล้องกับ “พนักงานทำได้ไหม ถ้ามองเรื่องของความเร็วในการให้บริการ ถ้ายิ่งช้าอาจทำให้ความรู้สึกของแขก ขึ้นแรกต้องมีคนมาช่วย เพื่อนร่วมงานกับหัวหน้า ใครก็ได้ค่ะ จะได้มารับช่วงต่อทันที พนักงานจะได้ไม่เดือดร้อน ถ้าปล่อยไปอาจทำให้มีแต่เรื่องที่ยิ่งเลวไปกว่าเดิม” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 13, 2560) สอดคล้องกับ “พนักงานต้องคอยอธิบายครับ โรงแรมมีระเบียบมีนโยบายก็ต้องบอกให้ทราบ ว่านี่คือกฎนะ แจ้งให้เค้าทราบมันจะช่วยโปรเจกต์ เขาได้ แล้วคอยส่งคนที่มีประสบการณ์เข้าไปช่วยเจรจาต่อรอง” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 10, 2560) สอดคล้องกับ “ลำดับขั้นตอนการในแต่ละส่วนของที่พนักงานอยู่ให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าค่ะ อย่างบอกว่าห้องพักนะคะ ห้ามสูบบุหรี่ ติดป้ายบอก คุบองอาหารสิ้นสุดก็โหมง จะได้สร้างความเข้าใจตั้งแต่แรกๆ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 5, 2560) สอดคล้องกับ “ของที่นี่มีหลักการง่ายๆ เลยนะครับ หนึ่งต้องรับฟังก่อน สองการหาวิธีการแก้ไขจากระดับอารมณ์ของเขา สามการติดตามผล สี่การรายงานผลให้ทราบว่าปัญหาได้รับการแก้ไขแล้ว” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 8, 2560) และสอดคล้องกับ “ต้องกล่าวขอโทษก่อนเลยคะ จากนั้นก็ต้องลองมาคิดว่าโรงแรมสามารถชดเชยอะไรให้ลูกค้าได้ อย่างที่นี้เจอบ่อยมี 2 เรื่อง เรื่องแรกเขาไม่เข้าใจกันว่าปีแอนด์ปี คือการบริการแบบไหน ก็จะคาดหวังว่ามีอาหารดี กินอิ่มสบาย ไม่มีเรื่องกำหนดเงื่อนไขว่าต้องปิด ประตูก็โหมง กับอีกเรื่องหนึ่งปัญหาที่โดนบ่อยเสียงรบกวนจากรถยนต์เพราะตั้งอยู่กลางเมือง แลวนี่อาจารย์ก็น่าจะพอสังเกตได้ว่ารถเยอะเหมือนกันใช่ไหมคะ อันหลังที่จะบอกเลยว่าถ้าเขาทนไม่ได้จริงๆ ทางเรา

ยินดีคืนเงินนะเราให้เขากลับไปเลย เกือบเต็มจำนวน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 2, 2560)

จากการสังเคราะห์ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลักสามารถสรุปได้ว่า ความไม่พึงพอใจในการให้บริการของผู้รับบริการแต่ละคน มีความเกี่ยวข้องกับความคิดหวังส่วนบุคคลที่มีไม่เท่ากัน การใช้ทักษะการโต้ตอบทางอารมณ์ต้องหมั่นฝึกฝนอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสามารถเลือกใช้การอธิบายด้วยเหตุผลที่มีความเป็นไปได้ เป็นทักษะทางด้านอารมณ์ที่จะต้องไม่กระทบต่อผู้รับบริการรายอื่นๆ นั่นก็คือ (7) ความเสมอภาค (Equality) มีความสำคัญต่อการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการ หากผู้รับบริการสัมผัสได้ถึงความไม่เท่าเทียมเนื่องจากผู้อื่นได้รับสิทธิพิเศษที่มากกว่าตนเอง จะเกิดปฏิกิริยาการตอบสนองทางอารมณ์ที่โต้ตอบออกมาทันที ซึ่งเป็นแนวทางการบริหารทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมให้แก่ผู้รับบริการได้รับผลตอบแทนที่เท่าเทียมกัน โดยพนักงานบริการจะต้องคำนึงถึงกระบวนการออกแบบกระบวนการบริการ ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดภายใต้เงื่อนไขของระยะที่ถูกกำหนดเอาไว้ อีกทั้งการให้ความสำคัญกับการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าและบริการที่จะต้องผลิตออกมาในลักษณะที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งหมด พร้อมกับการพิจารณาความเหมาะสมกับการมอบสิทธิแก่ผู้รับบริการได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกรับบริการด้วยตนเองตามความจำเป็น เช่น การได้เช็คอินเข้าห้องพักก่อนระยะเวลา การปรับเปลี่ยนรายการอาหารให้ตรงกับลักษณะของเชื้อชาติหรือหลีกเลี่ยงอาการแพ้ เป็นต้น สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

“พนักงานทำยังไงก็ได้เวลาคุณเจอกับลูกค้า การสร้างความยุติธรรมในการบริการ โดยจะต้องไม่แสดงว่าผู้รับบริการรายใดได้รับประโยชน์เหนือกว่ากัน เพราะก็ไม่มีใครรู้ว่าถ้าสมมติพนักงานบริการ 2 คนไม่เท่ากัน คนได้มากกว่า หรือคนได้น้อยกว่า เขาจะรู้สึกไม่ดีก็ได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 9, 2560) สอดคล้องกับ “คงว่าลองมองที่การจัดเตรียมการบริการใหม่คะ น่าจะเห็นที่สุดว่าการจัดคิวคะ ให้ทุกคนเข้าคิวกันจะมาก่อนหลังก็ไล่ไปตามนั้นเลย ไม่ได้คนที่มาสิทธิพิเศษมากกว่าคนอื่น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 16, 2560) สอดคล้องกับ “จัดเตรียมอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องให้พร้อมให้เหมือนกับภาพของสื่อที่โรงแรมได้โปรโมทออกไป ถ้าเตรียมไม่พร้อมโรงแรม ก็จะถูกตำหนิและดูไม่น่าเชื่อถือ เพราะฉะนั้นพนักงานถ้าไม่เหนื่อยมาก ต้องเตรียมให้พร้อมเสมอ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 10, 2560) สอดคล้องกับ “ป้าตึกจะมีบาร์ขนมให้ลูกค้าทุกคนเลย อยากทานเมื่อไหร่ก็ได้อยู่ส่วนกลางของแต่ละชั้น สมมติว่าพักชั้นหนึ่งแต่อยากไปทานของที่ชั้นสองก็ได้ ทุกคนสามารถทานได้หมด” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 4, 2560) สอดคล้องกับ “การสร้างความยุติธรรมในการบริการถ้ามองจากตัวของพี่ที่ทำงานคลุกคลี แล้วเคยอยู่ด้านนี้มาก่อนด้วย พี่ว่าจริงๆ มันมาจากการจัดการข้อร้องเรียนนะที่การบริการได้รับไม่เท่ากัน เช่น โรงแรมเคยเจอเคสที่ว่า ห้องพักรูไม่ได้เลยไม่ติดถนนเหมือนห้องคนโน้นแล้วอยากได้มากๆ แต่เราเปลี่ยนให้ไม่ได้แล้วเติมเราก็คัดเซยเป็นส่วนลดให้เขา” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 6, 2560) และสอดคล้องกับ “อาจารย์ได้ยินมาแบบนี้หรือครับ แต่ผมเพิ่มสักนิดหนึ่งดีกว่าว่าความยุติธรรมบางครั้งก็ต้องดูสัญชาติ เชื้อชาติของแขกด้วยนะครับ ถ้าเขาเป็นคนจีนแล้วต้องมาเจอกับคนยุโรปในแอฟริกาเดียวกันก็ต้องรับมือนะ คนยุโรปต้องสิ่งที่ไม่พลุกพล่าน เราก็มองตรงนี้

ด้วยคือต้องไม่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเสียความรู้สึก อาจจะแยกพื้นที่ในการดูแลแต่ละส่วนไปเลยก็ได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 7, 2560)

จากการสังเคราะห์ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลักสามารถสรุปได้ว่า ความคาดหวังของผู้รับบริการจะเกิดขึ้นจากการรับรู้ก่อนการบริการจะเริ่มขึ้น ถ้าหากพนักงานบริการสามารถรักษาความเสมอภาคระหว่างที่มีการเผชิญหน้าต่อผู้รับบริการ จะส่งผลต่อการระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่เพิ่มมากขึ้น เป็นการบริหารจัดการทักษะทางอารมณ์ที่จะต้องพิจารณาถึงสิ่งเกี่ยวข้องกับการผสมผสานความรู้สึกที่อยากช่วยเหลือผู้รับบริการในทุกกรณี นั่นก็คือ (8) การยกย่องให้เกียรติ (Commendation) เป็นทักษะทางอารมณ์ของพนักงานบริการที่จะต้องแสดงออกให้เห็นถึงการเคารพความเป็นส่วนตัวของผู้รับบริการ ซึ่งเป็นทักษะที่สามารถถ่ายทอดกันได้จากประสบการณ์ในการปฏิบัติงานตั้งแต่ระดับผู้บริหารจนถึงพนักงาน โดยเฉพาะกับการระมัดระวังการปฏิบัติตนที่อาจนำไปสู่การรบกวนผู้รับบริการ เช่น การไม่เข้าพักของผู้รับบริการ และการเคลื่อนย้ายสิ่งของสัมภาระก่อนได้รับอนุญาต รวมถึงการไม่อนุญาตให้ผู้อื่นที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้รับบริการสามารถนัดพบที่ห้องพัก หรือการนำเอาข้อมูลในระหว่างที่เข้าพักในโรงแรมไปเผยแพร่ นอกจากนี้พนักงานบริการจะต้องคำนึงถึงการไม่ทำให้ผู้รับบริการเสียชื่อเสียงจากการแสดงกิริยาที่ไม่เหมาะสม เช่น การกล่าวทักทายด้วยความสนิทสนมหรือหยอกล้อด้วยถ้อยคำที่ไม่สุภาพ การสัมผัสหรือแตะต้องส่วนต่างๆ ในร่างกายของผู้รับบริการ เป็นต้น สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

“ไม่อนุญาตครับที่จะให้พนักงานของเราแตะต้องสิ่งของของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็กระเป๋าและสิ่งของต่างๆ ภายในห้องพักถ้าลูกค้าเข้าพักแล้ว ก็ห้ามเคลื่อนย้าย ทุกคนจะต้องรับรู้เรื่องนี้ครับ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 3, 2560) สอดคล้องกับ “บางทีลูกค้ามาก็ต้องดู ง่ายมากเลยถ้าไม่หมั่นลองถามลองเชิงก่อนว่า ช่วยถือกระเป๋าไหมคะ ถ้าเขาไม่ให้ไม่เป็นไรนะ ที่เหลือเราก็ตามไปส่งแขกที่ห้อง เพราะนั่นคือหน้าที่ที่เราต้องดูแล” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 5, 2560) สอดคล้องกับ “พนักงานไม่มีสิทธิที่จะเข้าไปรบกวนลูกค้าในห้องพักเด็ดขาด ถ้าพบว่าป้ายแขวนหน้าห้องว่าห้ามรบกวน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 14, 2560) สอดคล้องกับ “พนักงานแม่บ้านของเราจะไม่วุ่นวายกับแขกนะคะ เดี่ยวที่จะให้อาจารย์ได้ลองดูห้องมันจะมีปุมสำหรับกดเรียกลูกค้าจะต้องกดคะ แม่บ้านถึงเข้าไป” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 13, 2560) สอดคล้องกับ “ต้องทำความเข้าใจก่อนว่า อย่างคนไทยจะไม่ชอบให้คนถูกเนื้อต้องตัว ถ้าเป็นฝรั่งเราแสดงการทักทายโดยไม่ต้องยกมือไหว้สวัสดี แต่ของคนไทย ต้นว่าการทักทายสวัสดีสำคัญมากเลยนะครับ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 9, 2560) และสอดคล้องกับ “โชคดีที่ว่าคีย์การ์ด ที่นี้จะเปิดได้เฉพาะชั้นอยู่แล้วครับ ที่นี้พนักงานของเราก็จะคอยดู ถ้าสมมติเจอคนแปลกหน้าจะพยายามใช้ลิฟท์เพื่อตามลูกค้า และจะมาติดต่อกันใดๆ ทางเราไม่อนุญาตนะครับมันเป็นการรบกวนแขก เราจะให้พนักงานเป็นคนดูแลประสานงานเท่านั้น ให้คนที่มารอลูกค้ามาพบ พนักงานพร้อมที่จะโทรฯ ให้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 7, 2560)

จากการสังเคราะห์ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลักสามารถสรุปได้ว่า ความสามารถของพนักงานบริการที่จะต้องปฏิบัติหน้าที่โดยคำนึงถึงสภาวะทางอารมณ์ของผู้รับบริการบนพื้นฐานของ

การได้รับความเท่าเทียมกัน พร้อมกับการเฝ้าระวังการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและความเป็นส่วนตัวของผู้รับบริการ เป็นส่วนหนึ่งของการเชื่อมโยงสภาวะทางอารมณ์ไปสู่การยกระดับสภาวะจิตใจของผู้รับบริการที่มากยิ่งขึ้น นั่นก็คือ (9) การสร้างความสุข (Happiness) เป็นการใช้ทักษะทางอารมณ์ของพนักงานบริการในการคัดสรรการบริการจากทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม เพื่อให้เกิดรูปแบบการบริการที่เหนือความคาดหวังหรือเป้าหมายที่ผู้รับบริการต้องการ เช่น การบริการรับ-ส่งด้วยยานพาหนะ การบริการอุปกรณ์สำหรับเกมส์และกีฬาแต่ละประเภท เป็นต้น รวมถึงการให้ความสำคัญในช่วงเทศกาลและวันพิเศษของผู้รับบริการแต่ละรายด้วยสิ่งตอบแทนที่โรงแรมเป็นผู้สนับสนุน เช่น วันคล้ายวันเกิด วันส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ วันแห่งความรัก วันสงกรานต์ เป็นต้น นอกจากนี้ พนักงานบริการสามารถสร้างความสุขตั้งแต่วินาทีแรกที่พบเจอผู้รับบริการด้วยการพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองให้มีความเป็นมืออาชีพจะช่วยส่งเสริมให้การบริการที่ความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น จะเห็นได้ว่าการสร้างความสุขเป็นสิ่งที่สามารถเกิดขึ้นภายในองค์กร นอกจากนี้ พนักงานบริการสามารถสร้างความสุขด้วยการเดินทางเพื่อเข้าไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชนท้องถิ่น เช่น แหล่งท่องเที่ยว ประเพณีและงานเทศกาลต่างๆ สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

“การรักษาความสะอาดร่างกาย ไม่ต้องสวยหล่ออะไรมากมายหรอกครับ ขอแค่ให้ดูดี มีอาชีพ เวลาลูกค้ามองเขาจะได้สบายตา ลูกค้าบางคนถ้าเห็นพนักงานแต่งกายไม่สะอาด อาจจะมีรู้สึกหงุดหงิดและไม่เชื่อใจได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 12, 2560) สอดคล้องกับ “การพูดคุยในแต่ละวันช่วยให้ลูกค้าเกิดประทับใจได้ พยายามให้เด็กทุกคนทำถ้าพูดไทยหรืออังกฤษได้มาสักกระยะหนึ่ง เรื่องที่คุยก็ไม่อยากอะไรมากหรอกค่ะ แคล้วทุกซัซสุขประจำวัน นอนหลับสบายไหม ไปเที่ยวไหนต่อ หรืออาจจะถามเกี่ยวกับอาหารเข้าที่เพิ่งจะเสิร์ฟเมื่อสักครู่” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 2, 2560) สอดคล้องกับ “วันสำคัญทางโรงแรมเราก็มีมอบเค้กวันเกิด และให้พนักงานในแผนกที่กำลังดูแลลูกค้าได้ร่วมกับร้องเพลงแฮปปี้เบิร์ธเดย์เป็นประจำครับ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 10, 2560) สอดคล้องกับ “ที่กอดเชียงใหม่จะมีอะไรพิเศษตรงที่การตกแต่งห้องให้ตรงกับวันสำคัญของผู้รับบริการ เช่น วันครบรอบแต่งงาน วันฮันนีมูน วันเกิด” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 11, 2560) สอดคล้องกับ “จะมีมอบพวงมาลัยสวยๆ ที่เราจัดเตรียมไว้ล่วงหน้าแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มวินาทีแรก ตั้งแต่วันแรกที่เข้าเดินทางมาถึงที่นี่” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 3, 2560) สอดคล้องกับ “ป้าตึกจะทำประจำเลย แต่น้องๆ อาจมีละเลยบ้าง แต่ป้าตึกอยู่ป้าจะทำ ป้าจะพาเข้าชมห้องและข้าวของเครื่องใช้ในบ้าน ให้แก่แขกที่เดินทางมาถึงที่นี่โดยเฉพาะ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 4, 2560) สอดคล้องกับ “ที่มองว่าโรงแรมบูติคบ้านเรา ยังขาดอัตลักษณ์ของประเทศไทยที่แท้จริง อะไรที่เป็นวัฒนธรรมไทย พอมายุคให้เข้ากับกิจกรรมภายในโรงแรมมันจะมี ร้อยมาลัย คุกกี้คลาส ช่วยให้โรงแรมเกิดความน่าสนใจและให้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 15, 2560) สอดคล้องกับ “ของที่เองก็จะมีเตรียมกิจกรรมชายหาดทะเลไว้ให้พร้อมอยู่เสมอ สปาร์มชายหาด ห่วงยาง เรือพาย” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 13, 2560) และสอดคล้องกับ “กิจกรรมในโรงแรมก็ต้องมานั่งคิดว่าจะนำเสนอจุดเด่นอะไร เลยต้องกิจกรรมภายนอกสถานศึกษา เช่น โรงแรมมี

ประวัติ แอคทีวิตี อิน เดอะวีก เป็นกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวของหัวหิน ทั้ง 7 วัน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 8, 2560)

จากการสังเคราะห์ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลักสามารถสรุปได้ว่า การสร้างความสุขเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมทักษะด้านอารมณ์ของพนักงานบริการให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ช่วยให้ผู้ใช้บริการรู้สึกได้รับความสะดวกสบายและความสนุกสนานเพลิดเพลิน สิ่งสำคัญที่จะต้องไปกลับไปพิจารณาให้เหมาะสมกับต้นทุนในการดำเนินงานของโรงแรม เนื่องจากการเพิ่มเติมการบริการแต่ละครั้งต้องใช้ทรัพยากรทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร สำหรับการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิทยาการประยุกต์การสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) สามารถเรียบเรียงแนวโน้มองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทยเป็นข้อมูลสรุปเชิงทฤษฎีดังนี้

1. ทักษะด้านปัญญาของพนักงานบริการต้องอาศัยความต้องการความรู้ (Need Knowledge) เกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นของสินค้าและบริการภายในโรงแรมประเภทบูติคตามแผนกต่างๆ ประกอบกับความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นในตำแหน่งที่ได้รับมอบหมายตามนโยบายของโรงแรม ซึ่งในขณะเดียวกันพนักงานบริการต้องสามารถให้ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวภายในเขตพื้นที่ โดยพนักงานบริการควรให้ความสำคัญกับการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติม เช่น แหล่งท่องเที่ยว ภัตตาคาร ยานพาหนะขนส่ง โรงพยาบาล ธนาคาร เทศกาล และประเพณี เป็นต้น รวมถึงความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้รับบริการที่มีความแตกต่างกันไปตามเชื้อชาติ สามารถเรียนรู้ได้จากเพื่อนร่วมงานหรือรับฟังคำบอกเล่าจากผู้ประกอบการโดยตรง ตลอดจนความต้องการที่จะเรียนรู้ของพนักงานโรงแรมบูติคก็ควรต้องพัฒนาให้มีความพร้อมอยู่เสมอ โดยเฉพาะทักษะด้านภาษาต่างประเทศสำหรับใช้สื่อสารในระดับทั่วไปกับชาวต่างชาติ และต้องหมั่นเรียนรู้เกี่ยวกับเทคนิควิธีการใช้อุปกรณ์สารสนเทศเพื่อสนับสนุนการบริการให้มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ได้แก่ โปรแกรมการแปลภาษาบนคอมพิวเตอร์มือถือ (Translate for Tablet / Smartphone) โปรแกรมการค้นหาอัจฉริยะ (Search Engine)

2. ทักษะด้านปัญญาของพนักงานบริการได้รับพื้นฐานการปฏิบัติงานมาจากการเรียนรู้ด้วยวิธีการต่างๆ แล้ว ซึ่งเป็นพื้นฐานของพนักงานบริการที่จะใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในโรงแรม พนักงานบริการสามารถนำไปประกอบการตัดสินใจ (Decision Making) มีส่วนช่วยในการแก้ไขปัญหาของผู้รับบริการแบบรายบุคคลที่มีความแตกต่างกันออกไป โดยหลักการตัดสินใจในการบริการจะต้องพิจารณาจากข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงความพร้อมของสถานที่ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม นอกจากนี้ ทักษะการตัดสินใจของพนักงานบริการที่มีอายุงานที่ยาวนาน สามารถใช้ในการออกแบบงานบริการให้มีความสร้างสรรค์ในแผนกของตนเอง ได้แก่ ความสวยงาม ความเป็นระเบียบ ความปลอดภัย และความแปลกใหม่ เพื่อเป็นการสร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการอยู่เสมอ จะเห็นได้ว่าการตัดสินใจจะมีความสมบูรณ์แบบใด ไม่เพียงแต่อาศัยองค์ความรู้ของพนักงานบริการเพียงอย่างเดียว เทคนิคการจดจำข้อมูลต่างๆ สามารถสนับสนุนให้กระบวนการตัดสินใจของผู้รับบริการมีความแน่นอนมากยิ่งขึ้น

3. ทักษะด้านปัญญาของพนักงานบริการที่สามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง ส่วนหนึ่งมาจากอายุการปฏิบัติงานที่ยาวนานที่เกี่ยวข้องกับจดจำเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสายอาชีพ ซึ่งทักษะความจำ (Memory) ของพนักงานบริการของแต่ละบุคคลอาจมีระดับการรู้ข้อมูลในปริมาณที่ไม่เท่ากัน สำหรับข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการนำไปเชื่อมโยงการตัดสินใจ ประกอบด้วย (1) ข้อมูลส่วนบุคคลที่ปรากฏในหลักฐานการสำรองข้อมูลหรือเอกสารสำคัญ เช่น หนังสือเดินทาง บัตรประจำตัวประชาชน เป็นต้น (2) ข้อมูลเกี่ยวกับข้อจำกัดในการให้บริการที่ผู้รับบริการได้ร้องขอ เช่น โรคประจำตัว กิจกรรมพิเศษหรือสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม รูปพรรณสัณฐาน เป็นต้น ในขณะที่ทักษะการจดจำของพนักงานบริการต้องอาศัยการค้นคว้าข้อมูลจากการสังเกตพฤติกรรมของผู้รับบริการแต่ละรายที่จะแสดงออกมาเมื่อได้รับการบริการที่คุ้นชิน นอกจากนี้ ความจำของพนักงานบริการสามารถอาศัยการแสวงหาข้อมูลที่มีประโยชน์เพื่อการปรับปรุงแก้ไขการบริการเพิ่มเติมจากช่องทางต่างๆ ที่ผู้รับบริการได้แสดงความคิดเห็นหรือข้อร้อง เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เว็บไซต์ตัวแทนการสำรองบริการเพื่อการท่องเที่ยว (Online Travel Agent) สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นต้น

4. ทักษะด้านปัญญาของพนักงานบริการที่สามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้องมีส่วนสนับสนุนมาจากทัศนคติ (Attitude) เป็นทักษะพื้นฐานของพนักงานในการแสดงออกต่อผู้รับบริการ เพื่อนร่วมงาน และผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน ซึ่งเกิดมาจากปัจจัยส่วนบุคคลและการปลูกฝังค่านิยมจากนโยบายของผู้บริการ ช่วยให้พนักงานบริการเกิดมุมมองในการดำเนินชีวิตประจำวันด้วยแรงบันดาลใจในการประกอบอาชีพต่อไปในอนาคต สามารถอุทิศตนเพื่อผลประโยชน์แก่องค์กรได้ทุกเวลา รวมทั้งการรักษาผลประโยชน์ด้านการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรอย่างรู้คุณค่า มีความพร้อมที่จะประสานความร่วมมือกับผู้ร่วมงานคนอื่นด้วยความสามัคคี ตลอดจนการสร้างสิ่งตอบแทนที่เหมาะสมกับผู้รับบริการทุกคนในฐานะบุคคลสำคัญขององค์กรด้วยทักษะการมีมนุษยสัมพันธ์สามารถเรียนรู้และเข้าใจในความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละรายได้ดียิ่งขึ้น ทัศนคติที่ดีของพนักงานบริการยังมีความเกี่ยวข้องกับการดูแลใส่ใจทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมภายในทำเลที่ตั้งของโรงแรมให้คงอยู่ต่อไปด้วยจิตสำนึก

5. ทักษะด้านการรับรู้ (Recognition) เป็นการผสมผสานระหว่างทักษะทางด้านปัญญาและด้านอารมณ์ของพนักงานบริการ ที่ต้องใช้การจดจำข้อมูลที่มีประโยชน์จากช่องทางต่างๆ การเรียนรู้โดยอาศัยความเข้าใจจากประสบการณ์ เพื่อนำไปใช้ประกอบการวิเคราะห์ตัดสินใจสำหรับใช้แก้ไขปัญหาได้เพิ่มมากยิ่งขึ้น ตลอดจนการสร้างสรรครูปแบบการบริการที่มีความแปลกใหม่ ร่วมกับการใช้จินตนาการทางอารมณ์ให้อยู่ระดับเดียวกับผู้รับบริการและสื่อสารออกมาได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะต้องอาศัยทักษะการรับรู้ผ่านการสนทนากับผู้รับบริการเกี่ยวกับข้อคิดเห็นทั้งเชิงบวกที่ช่วยต่อยอดการบริการให้ดียิ่งขึ้น และข้อคิดเห็นเชิงลบที่อาจมีสาเหตุมาจากการออกแบบกระบวนการให้บริการที่ไม่มีความสมบูรณ์ หรือบางครั้งอาจมีสาเหตุมาจากรสนิยมส่วนบุคคลและมุมมองของผู้รับบริการ พนักงานที่รับรู้ข้อมูลข่าวจะสามารถประเมินทางเลือกที่จะใช้ในการโต้ตอบกับผู้รับบริการได้อย่างเหมาะสม จึงเป็นทักษะที่ช่วยส่งเสริมให้พนักงานบริการสามารถควบคุมอารมณ์ตนเองให้มีทักษะด้านอารมณ์ที่มั่นคงในระหว่างการปฏิบัติหน้าที่

6. ทักษะด้านอารมณ์ของพนักงานบริการที่จะต้องแสดงออกหลังจากการรับรู้ข้อคิดเห็นหรือข้อร้องเรียนจากผู้รับบริการ โดยพนักงานบริการจะต้องใช้ทักษะการโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) เพื่อสร้างวิธีการสื่อสารที่ช่วยลดระดับความไม่พึงพอใจและหลีกเลี่ยงการปะทะอารมณ์ระหว่างพนักงานบริการกับผู้รับบริการ ซึ่งพนักงานบริการจะต้องควบคุมการกิริยาที่แสดงออกมาด้วยการใช้น้ำเสียงการสนทนาโต้ตอบที่ไม่กระทบต่อความรู้สึกของผู้รับบริการ พร้อมกับใช้รูปแบบการสื่อสารที่แสดงถึงความเป็นมิตรกับผู้รับบริการอยู่เสมอ สิ่งสำคัญที่พนักงานบริการจะต้องให้คำแนะนำเกี่ยวกับข้อจำกัดในการให้บริการตามกฎระเบียบหรือนโยบายขององค์กร หรือแจ้งให้ผู้รับบริการทราบล่วงหน้าโดยละเอียด ในที่ขณะที่บางสถานการณ์สภาวะทางอารมณ์ของผู้รับบริการยากต่อการควบคุม พนักงานบริการจะต้องขอความร่วมมือจากหัวหน้าแผนกหรือเพื่อนร่วมงานคนอื่นๆ เพื่อเป็นตัวแทนในการเผชิญหน้ากับปัญหาที่พบเจอกับผู้รับบริการ นอกจากนี้ พนักงานบริการจะต้องดำเนินการรายผลเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาที่พบเจออย่างเป็นลำดับขั้นตอน จนกว่าผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจในสิ่งที่ได้รับการตอบสนอง

7. ทักษะด้านอารมณ์ของพนักงานบริการจะสามารถแสดงออกได้ถึงความเสมอภาค (Equality) ที่มีต่อผู้รับบริการแต่ละรายในช่วงเดียวกัน เป็นทักษะที่เกิดขึ้นหลังจากผ่านทักษะการโต้ตอบทางอารมณ์ โดยพนักงานบริการจะต้องพิจารณาถึงคุณลักษณะสินค้าและบริการที่ถูกสร้างขึ้นมาจากทรัพยากรแต่ละแผนกภายในโรงแรม ซึ่งในลำดับต่อมาพนักงานบริการจะต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบการให้บริการที่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ตลอดจนวิธีการสร้างการรับรู้แก่ผู้รับบริการที่ได้รับความคุ้มค่าในปริมาณที่เท่ากัน และการคำนึงถึงจำนวนของผู้รับบริการที่จะต้องจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมให้เพียงพอต่อความต้องการ ในทางกลับกันความเสมอภาคในการให้บริการที่บางสถานการณ์ อาจจะต้องพิจารณาจากความจำเป็นของผู้รับบริการแต่ละราย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้สิทธิแก่ผู้รับบริการได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการให้เกิดความเหมาะสม ทั้งนี้ หลักการสร้างเสมอภาคยังเป็นสิ่งสนับสนุนทักษะการโต้ตอบทางอารมณ์ที่พนักงานและยังเป็นผู้รับบริการสามารถโต้ตอบออกมาทันที หากผู้รับบริการสัมผัสได้ถึงความไม่เหมาะสมจากการเปรียบเทียบกับผู้รับบริการรายอื่นๆ

8. ทักษะด้านอารมณ์ของพนักงานบริการที่ให้ความสำคัญกับการเคารพความเป็นตัวตนของผู้รับบริการในฐานะมนุษย์ที่มีศักดิ์ศรีในการดำเนินชีวิต เนื่องจากกลุ่มผู้รับบริการของโรงแรมประเภทบูติคมาจากหลากหลายแหล่งที่มา การโต้ตอบทางอารมณ์จำเป็นต้องกำหนดแนวทางการปฏิบัติให้แตกต่างกันออกไป ซึ่งการยกย่องให้เกียรติ (Commendation) เป็นสิ่งที่ผู้รับบริการทุกคนปรารถนาที่จะได้รับ โดยพนักงานบริการจะต้องตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ในฐานะผู้อำนวยความสะดวกด้วยความเต็มใจ เริ่มต้นจากการกล่าวทักทายสวัสดีผู้รับบริการในวินาทีแรกที่พบเจอ รวมถึงการรักษาระยะห่างระหว่างการแสดงตัวตนหรือการอาสาให้ความช่วยเหลือ เช่น การสัมผัสร่างกาย การเลือกคำสรรพนามที่ใช้สื่อสาร เป็นต้น ตลอดจนการแนะนำข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์แก่ผู้รับบริการได้มีความรู้ความเข้าใจในสินค้าและบริการของทางโรงแรมมากยิ่งขึ้น อีกทั้งพนักงานบริการจะต้องช่วยเฝ้าระวังความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้รับบริการตลอดระยะเวลาที่เข้าพัก ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นหลังจากการโต้ตอบทางอารมณ์ของพนักงานบริการสามารถเลือก

แสดงออก เพื่อให้ผู้รับบริการมีระดับอารมณ์ที่มั่นคงและช่วยลดปัญหาจากการร้องเรียนการบริการได้ดียิ่งขึ้น

9. ทักษะด้านอารมณ์ของผู้รับบริการหากได้รับการฝึกฝนอย่างสม่ำเสมอ จะสามารถควบคุมการโต้ตอบทางอารมณ์ในระหว่างการปฏิบัติหน้าที่ได้ดียิ่งขึ้น ส่งผลให้ผู้รับบริการสัมผัสได้ถึงการสร้างความสุข (Happiness) จากพนักงานบริการที่สามารถเชื่อมโยงทรัพยากรทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ในการใช้บริการและความสะดวกสบายที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น ได้แก่ (1) การรักษามาตรฐานความสะอาดของร่างกายให้เป็นที่น่าเชื่อถือในสายตาของผู้รับบริการ (2) การเพิ่มจำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับบริการภายในโรงแรม (3) การมอบสิทธิพิเศษในวันสำคัญที่อ้างอิงจากข้อมูลส่วนบุคคลและเทศกาลต่างๆ ตามปฏิทินสากล (4) การจัดสรรกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับทำเลที่ตั้งของโรงแรม ทั้งนี้ การสร้างสุขเป็นการส่งมอบสภาวะอารมณ์ของพนักงานบริการแก่ผู้รับบริการ ซึ่งจะต้องพิจารณาจากนโยบายขององค์กรที่เกี่ยวกับความเป็นไปได้ และการสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมการสร้างสุขในรูปแบบต่างๆ ของแต่ละโรงแรม นอกจากนี้ ผู้วิจัยเข้าสู่ภาคสนามเพื่อการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participanth Observation) ในโรงแรมประเภทบูติคจำนวน 6 แห่ง ในทุกวันเสาร์ - วันอาทิตย์ ด้วยการกำหนดระยะเวลาสัปดาห์เว้นสัปดาห์ เพื่อป้องกันการเอนเอียงของข้อมูลที่ค้นพบดังตารางที่ 23

ตารางที่ 23 แสดงผลการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

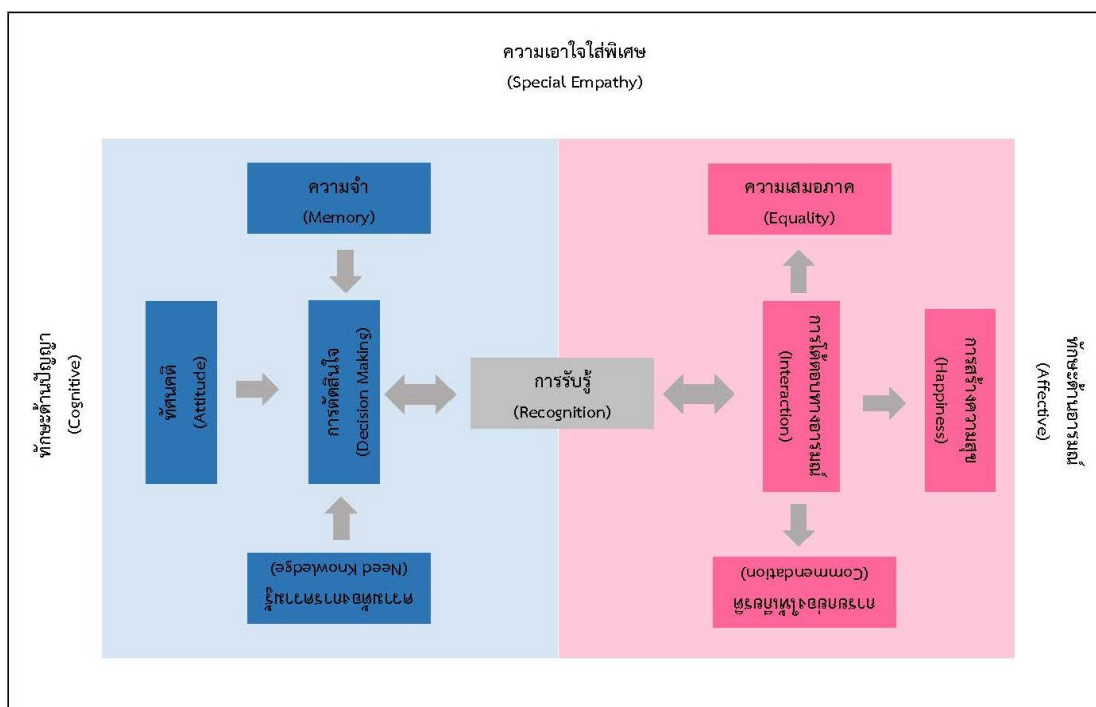
ทักษะความเอาใจใส่พิเศษ	ข้อค้นพบจากการสังเกต
1. ความต้องการความรู้ (Need Knowledge)	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานบริการสามารถปฏิบัติงานในฝ่ายหรือแผนกที่ใกล้เคียงกัน 2. พนักงานบริการสามารถให้คำแนะนำเรื่องแหล่งท่องเที่ยวและสถานบริการภายในพื้นที่ที่แก่ผู้รับบริการที่สอบถาม 3. พนักงานบริการสามารถใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์มือถือในการให้ข้อมูลแก่ผู้รับบริการชาวต่างชาติ
2. การตัดสินใจ (Dicison Making)	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานบริการรายใหม่ประสานงานไปยังเพื่อร่วมงานในการช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน 2. พนักงานบริการที่ปฏิบัติงานมากกว่า 5 ปี จะสามารถสร้างสรรค์รูปแบบการบริการรายใหม่แก่ผู้รับบริการ
3. ความจำ (Memeroy)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทักษะและเทคนิคการจดจำของพนักงานบริการแต่ละคนไม่เท่ากัน 2. การคัดเลือกข้อมูลของพนักงานบริการ โดยเลือกจดจำข้อมูลที่สำคัญเพียง 1-2 รายการ

ตารางที่ 23 แสดงผลการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย (ต่อ)

ทักษะความเอาใจใส่พิเศษ	ข้อค้นพบจากการสังเกต
4. ทักษะคคติ (Attitude)	พนักงานบริการที่อยู่รวมกันมากกว่า 1-2 จะแสดงออกซึ่งทักษะการให้บริการ มากกว่าการปฏิบัติหน้าที่เพียงลำพัง
5. การรับรู้ (Recognition)	1. พนักงานบริการสามารถรับรู้ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็น ร่วมการกับจัดบันทึกรายละเอียดเพื่อความสะดวกต่อการทบทวนย้อนหลัง 2. พนักงานบริการสามารถนำเสนอความคิดเห็นที่มีประโยชน์ต่อผู้รับบริการ หรือการนำเสนอวิธีการแก้ไข ปัญหา
6. การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction)	พนักงานบริการรายใหม่จะได้รับคำแนะนำของพนักงานบริการที่มีอายุงานมากกว่า เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดและข้อร้องเรียนจากผู้รับบริการ
7. ความเท่าเทียม (Equality)	พนักงานบริการไม่ได้ให้สิทธิพิเศษแก่ผู้รับบริการ โดยอ้างอิงจากฐานะเปียบหรือนโยบายของทางโรงแรม เช่น ระยะเวลาการเปิด-ปิดบริการ
8. การยกย่องให้เกียรติ (Commendation)	พนักงานบริการจะใช้คำสรรพนามแก่ผู้รับบริการในระดับที่เท่าเทียมกัน โดยไม่คำนึงถึงสถานทางสังคมและอาชีพ
9. การสร้างความสุข (Happiness)	1. พนักงานบริการได้เลือกวิธีการสื่อสารด้วยอารมณ์ขันในระหว่างการปฏิบัติหน้าที่แก่ผู้รับบริการ 2. พนักงานบริการจะคอยประสานงานไปยังฝ่ายหรือแผนกที่เกี่ยวข้องกับผู้รับบริการ เพื่อจัดเตรียมการบริการพิเศษตามวาระและโอกาส

ที่มา: จากการสังเคราะห์ของผู้วิจัย

จากตารางที่ 23 แสดงทักษะความเอาใจใส่พิเศษจากสังเกตพฤติกรรมของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค 6 แห่ง พบว่า พนักงานบริการที่มีอายุงานมากกว่า 1 ปีขึ้นไป จะสามารถแก้ไขสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยใช้ประสบการณ์ที่ผ่านมาในการประกอบอาชีพได้เร็วกว่าพนักงานบริการรายใหม่ ซึ่งพนักงานบริการสามารถออกแบบการบริการที่มีความที่แปลกใหม่ไปจากรูปแบบเดิม รวมถึงการเลือกใช้วิธีการสื่อสารที่แสดงออกถึงการยกย่องให้เกียรติแก่ผู้รับบริการทุกราย และสามารถบริหารจัดการสภาวะทางอารมณ์ให้เกิดความเหมาะสม นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังสามารถนำเสนอข้อสรุปเชิงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย มีลำดับขั้นตอนและความสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบสามารถอธิบายดังภาพที่ 19



ภาพที่ 19 แสดงขั้นตอนและความสัมพันธ์ขององค์ประกอบความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

จากภาพที่ 19 แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มบทบาทองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทยจากการประยุกต์การสร้างทฤษฎีฐานราก ซึ่งเป็นทักษะการให้บริการที่เกิดจากความสามารถทางสมองส่วนบุคคล ในการกำหนดวิธีการสื่อสารแก่ผู้รับบริการด้วยระดับอารมณ์ที่เหมาะสม มีทั้งสิ้น 2 องค์ประกอบหลัก ดังนี้ (1) ทักษะด้านปัญญา (Cognitive) ที่ต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจในสายอาชีพบริการ เพื่อสร้างกระบวนการคิดวิเคราะห์ ตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง ประกอบด้วย (1.1) ความต้องการความรู้ (Need Knowledge) เกี่ยวกับภาระหน้าที่ได้รับมอบหมายภายในโรงแรม พร้อมกับความรู้ที่เกี่ยวกับทักษะด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ทักษะการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ และความรู้เบื้องต้นในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว (1.2) การตัดสินใจ (Decision Making) ของพนักงานบริการที่จะวิเคราะห์แก้ไขสถานการณ์ที่เผชิญในแต่ละวัน โดยการเชื่อมโยงประสบการณ์ในการปฏิบัติงานครั้งที่ผ่านมา คำนึงถึงการจัดสรรรูปแบบการบริการที่เหมาะสมกับสมาชิก (1.3) ความจำ (Memory) ที่พนักงานบริการต้องเก็บสะสมข้อมูลของผู้รับบริการจากการสังเกตพฤติกรรม เอกสารสำคัญภายในโรงแรม และข้อคิดเห็นจากสื่อสังคมออนไลน์แต่ละประเภท (1.4) ทัศนคติ (Attitude) เป็นผลมาจากการปลูกฝังแนวความคิดจากผู้ประกอบการที่ผลักดันพนักงานบริการให้เกิดความภาคภูมิใจในการประกอบอาชีพด้วยความสุจริต ตามที่ได้กล่าวมาพบว่า ความต้องการความรู้ ความจำ และทัศนคติมีส่วนช่วยสนับสนุนข้อมูลแก่องค์ประกอบด้านการตัดสินใจแก้ไขปัญหาต่างๆ ของพนักงานบริการให้มีความรอบคอบมากยิ่งขึ้น

ซึ่งในขณะเดียวกันทักษะด้านการรับรู้ (Recognition) ยังมีส่วนช่วยสนับสนุนการตัดสินใจและการโต้ตอบทางอารมณ์ ทำหน้าที่เป็นองค์ประกอบร่วมที่สามารถเชื่อมโยงทักษะทางด้านปัญญาและอารมณ์ให้สามารถทำงานประสานกันได้อย่างลงตัว โดยอาศัยการสืบค้นข้อมูลสาเหตุของการบริการที่อาจมีข้อบกพร่องจากสนทนากับผู้รับบริการ ในกรณีที่เกิดข้อสงสัยพนักงานบริการสามารถใช้เทคนิคการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการให้การบริการมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น (2) ทักษะด้านอารมณ์ (Affective) ที่พนักงานบริการต้องเลือกรูปแบบการสื่อสารให้เกิดความเหมาะสมกับผู้รับบริการในแต่ละครั้ง ประกอบด้วย (2.1) การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) เป็นทักษะที่พนักงานบริการจะต้องแสดงความสามารถในการควบคุมอารมณ์ตนในระหว่างการปฏิบัติงาน หากไม่สามารถเจรจาต่อรองกับผู้รับบริการได้ จะต้องประสานงานไปยังเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้าแผนกเพื่อเข้ามาช่วยเหลือ (2.2) ความเสมอภาค (Equality) ที่สืบเนื่องมาจากการโต้ตอบทางอารมณ์ โดยพนักงานบริการจะต้องแสดงทักษะการประกอบอาชีพแก่ผู้รับบริการให้มีมาตรฐานลักษณะเดียวกันทั้งหมด รวมถึงการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการให้สอดคล้องกับความจำเป็นของผู้รับบริการแต่ละรายด้วยความเหมาะสม เช่นเดียวกับ (2.3) การยกย่องให้เกียรติ (Commination) เป็นสิ่งที่พนักงานบริการที่จะต้องแสดงความเคารพต่อผู้ให้บริการทุกราย พร้อมกับการมีส่วนช่วยในการดูแลรักษาชีวิตและทรัพย์สินของผู้รับบริการ และ (2.4) การสร้างความสุข (Happiness) เป็นการแสดงอารมณ์ของพนักงานบริการโดยการใช้รูปแบบกิจกรรมและทรัพยากรภายในโรงแรม เพื่อให้ผู้รับบริการได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ซึ่งจะเห็นได้ว่าความเสมอภาค การยกย่องให้เกียรติ และการสร้างความสุข เป็นสิ่งแสดงออกเพิ่มเติมของพนักงานบริการหลังจากการโต้ตอบทางอารมณ์สิ้นสุดลง ทั้งนี้ การประยุกต์การสร้างทฤษฎีฐานรากจากแนวโน้มองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ความต้องการความรู้ (Need Knowledge) (2) การตัดสินใจ (Decision Making) (3) ความจำ (Memory) (4) ทศนคติ (Attitude) (5) การรับรู้ (Recognition) (6) การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) (7) ความเสมอภาค (Equality) (8) การยกย่องให้เกียรติ (Commination) และ (9) การสร้างความสุข (Happiness)

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการนิรนัยข้อมูลจากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความเอาใจใส่ (Empathy) เพื่อนำไปใช้ในการค้นหาข้อพิสูจน์จากปรากฏการณ์ในสถานที่แต่ละแห่งที่มีแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกันตามความเป็นจริง ทำให้ค้นพบองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคที่เพิ่มขึ้นจากตัวบททฤษฎี ดังตารางที่ 24

ตารางที่ 24 แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลความเอาใจใส่พิเศษจากนิรนัยและอุปนัย

นิรนัย (Deductive)		อุปนัย (Inductive)	
1. ทักษะทางด้านปัญญา	1. ความต้องการความรู้	1. ความต้องการความรู้	1.1 ความรู้เกี่ยวกับอาชีพ
	2. การวิเคราะห์ที่ตัดสินใจ		1.2 ความรู้เกี่ยวกับองค์กร
	3. ความจำ		1.3 ความรู้เกี่ยวกับอาชีพ
	4. ทักษะคิด		1.4 ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
	5. การรับรู้		1.5 ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ
			1.6 ความรู้เกี่ยวกับภาษาอังกฤษและภาษาที่สาม
	2. การวิเคราะห์ที่ตัดสินใจ		2.1 การเชื่อมโยงประสบการณ์
			2.2 การพิจารณาจากจำนวนสมาชิกที่เข้าร่วมเดินทาง
			2.3 การวิเคราะห์พฤติกรรมพื้นฐาน
			2.4 การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในสายอาชีพ
	3. ความจำ		3.1 หมายเลขห้องพัก
			3.2 ข้อมูลส่วนบุคคล
			3.3 การสังเกตพฤติกรรมของผู้รับบริการ
			3.4 การสืบค้นข้อเสนอแนะจากแหล่งข้อมูลเพิ่มเติม
	4. ทักษะคิด		4.1 การมีความศรัทธาต่อองค์กร
			4.2 การปฏิบัติงานนอกเหนือภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
			4.3 การมีเป้าหมายการดำเนินชีวิต
			4.4 การแสดงความซื่อสัตย์ในอาชีพ
	5. การรับรู้		5.1 การตั้งข้อสงสัยในการซักถาม
			5.2 ปัญหาเกี่ยวกับการบริการ
			5.3 คำชื่นชมการบริการ
			5.4 คำบอกเล่าที่นอกเหนือการให้บริการ

ตารางที่ 24 แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลความเอาใจใส่พิเศษจากนิรนัยและอุปนัย (ต่อ)

นิรนัย (Deductive)		อุปนัย (Inductive)	
2. ทักษะทางด้านอารมณ์	1. การรับรู้	6. การโต้ตอบทางอารมณ์	6.1 การไม่ชักสีหน้า 6.2 การอธิบายข้อจำกัด 6.3 การเจรจาโดยผู้อื่น 6.4 การรายงานความคืบหน้า
	2. การโต้ตอบทางอารมณ์	7. ความเสมอภาค	7.1 การให้สิทธิการรับบริการ 7.2 การลำดับการบริการก่อน-หลัง 7.3 การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก 7.4 การชดเชยการบริการเป็น
	3. ความเสมอภาค		8.1 การทักทายผู้รับบริการ 8.2 การไม่สัมผัสร่างกายผู้รับบริการ 8.3 การไม่เคลื่อนย้ายสิ่งของของผู้รับบริการ 8.4 การไม่หยอกล้อผู้รับบริการ 8.5 การไม่อนุญาตให้ผู้อื่นเข้าถึงความเป็นส่วนตัวของผู้รับบริการ
	4. การยกย่องให้เกียรติ	8. การยกย่องให้เกียรติ	
5. การสร้างความสุข	9. การสร้างความสุข		

ที่มา: จากการสังเคราะห์ของผู้วิจัย

จากตารางที่ 24 แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลความเอาใจใส่พิเศษจากนิรภัยและอุปนิสัย พบว่า การศึกษาปรากฏการณ์จากความทักษะทางด้านปัญญา (Cognitvie) และทักษะทางด้านอารมณ์ (Affetive) ของพนักงานบริการจากการวิจัยเอกสาร ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกต สามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ถึง 9 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ (1) ความต้องการความรู้ (Need Knowledge) (2) การตัดสินใจ (Decision Marking) (3) ความจำ (Memory) (4) ทักษะคติ (Attitude) (5) การรับรู้ (Recognition) (6) การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) (7) ความเสมอภาค (Equality) (8) การยกย่องให้เกียรติ (Commination) และ (9) การสร้างความสุข (Happiness) ซึ่งในแต่ละองค์ประกอบยังสามารถค้นพบทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทยแบบรายชื่อ ที่ผู้วิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างเป็นข้อคำถามสำหรับการวิจัยในขั้นตอนที่ 2 ได้ต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 เพื่อศึกษาองค์ประกอบของตัวชี้วัดความเอาใจใส่ในการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

ความต่อเนื่องจากขั้นตอนที่ 1 เมื่อได้รับข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยวิธีวิทยาการประยุกต์การสร้างทฤษฎีฐานราก เพื่อนำมาใช้สกัดองค์ประกอบเชิงยืนยันความเอาใจใส่ในการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ผู้วิจัยจึงเข้าสู่กระบวนการในขั้นตอนที่ 2 โดยเริ่มจากการนำร่ององค์ประกอบดังกล่าวมาพัฒนาเป็นแบบสอบถาม และนำไปพัฒนาเป็นแบบสอบถามจากพนักงานบริการที่ปฏิบัติงานในโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง เพื่อนำผลสอบถามไปวิเคราะห์หาค่าองค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirm Factor Analysis) ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และความหมายของตัวแปรดังรายการต่อไปนี้

Mean	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
SD	หมายถึง	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
Chi-Square	หมายถึง	ค่าไค-สแควร์
Df	หมายถึง	ค่าองศาแห่งความเป็นอิสระ
RMSEA	หมายถึง	ค่ารากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ
CFI	หมายถึง	ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ
GFI	หมายถึง	ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน
AGFI	หมายถึง	ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว
p-value	หมายถึง	ค่าความน่าจะเป็นทางสถิติ
KMO	หมายถึง	ค่าที่ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูลตัวอย่างที่จะนำมาวิเคราะห์โดยเทคนิค Factor Analysis
Bartlett's Test	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน
N1	หมายถึง	ความต้องการความรู้เกี่ยวกับภาระงานตามฝ่ายหรือแผนก

N2	หมายถึง	ความต้องการความรู้เกี่ยวกับโรงแรม
N3	หมายถึง	ความต้องการความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้รับบริการ
N4	หมายถึง	ความต้องการความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
N5	หมายถึง	ความต้องการความรู้เกี่ยวกับภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศที่ 3
N6	หมายถึง	ความต้องการความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
D1	หมายถึง	การใช้ประสบการณ์ครั้งก่อนในการให้บริการ
D2	หมายถึง	การพิจารณาจำนวนผู้รับบริการที่เข้าร่วมเดินทาง
D3	หมายถึง	การวิเคราะห์ความต้องการของผู้รับบริการตามกลุ่ม
D4	หมายถึง	การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในสายอาชีพ
M1	หมายถึง	การจดจำหมายเลขห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวก
M2	หมายถึง	ชื่อ-นามสกุล ข้อมูลส่วนบุคคลอื่นๆ
M3	หมายถึง	การสังเกตพฤติกรรมของผู้รับบริการ
M4	หมายถึง	การสืบค้นข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นจากช่องทางออนไลน์
A1	หมายถึง	ความศรัทธาและความเชื่อมั่นในองค์กร
A2	หมายถึง	การมีจิตบริการและสามารถปฏิบัติงานในแผนกใกล้เคียง
A3	หมายถึง	เป้าหมายในการประกอบอาชีพในอนาคต
A4	หมายถึง	การยึดหลักจริยธรรมในการประกอบอาชีพ
R1	หมายถึง	การรับรู้ปัญหาเกี่ยวกับการบริการ
R2	หมายถึง	การรับรู้คำชื่นชมเกี่ยวกับการบริการ
R3	หมายถึง	การรับรู้คำบอกเล่าหรือคำปรึกษาที่อยู่นอกเหนือการบริการ
R4	หมายถึง	การสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการตามความสงสัย
I1	หมายถึง	การไม่ชักสีหน้าและการใช้น้ำเสียงที่สุภาพ
I2	หมายถึง	การอธิบายเงื่อนไขและข้อจำกัดในการบริการ
I3	หมายถึง	การประสานงานขอความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงานหรือผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน
I4	หมายถึง	การรายงานความคืบหน้าแก่ผู้รับบริการ

I5	หมายถึง	การจัดสรรบริการทดแทนความผิดพลาด
E1	หมายถึง	การให้สิทธิพิเศษในการเข้ารับบริการ
E2	หมายถึง	การจัดลำดับการให้บริการก่อน-หลัง
E3	หมายถึง	การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก
E4	หมายถึง	การชดเชยการบริการหากการบริการไม่เป็นไปตามเงื่อนไข
C1	หมายถึง	การไม่สัมผัสร่างกายผู้รับบริการทุกสัญชาติ
C2	หมายถึง	การยกมือไหว้สวัสดีและการกล่าวทักทาย
C3	หมายถึง	การไม่เข้าห้องพักและการไม่เคลื่อนย้ายสิ่งของของผู้รับบริการ
C4	หมายถึง	การควบคุมความปลอดภัยแก่ผู้รับบริการ
C5	หมายถึง	การไม่แสดงกิริยาท่าทางถึงความสนิทกับผู้รับบริการ
H1	หมายถึง	การส่งมอบการบริการด้วยบริการพิเศษในวินาทีแรก
H2	หมายถึง	การเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น
H3	หมายถึง	การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม
H4	หมายถึง	การมอบบริการและของที่ระลึกในวันและเทศกาลสำคัญของผู้รับบริการ

ตอนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคจำนวน 9 รายการ ซึ่งมีรายละเอียดต่างๆ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค

เพศ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	119	29.8
หญิง	281	70.2
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 25 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.2 และเป็นเพศชาย จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุของพนักงานบริการ โรงแรมประเภทบูติก

อายุ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	11	2.8
21 – 30 ปี	215	54.5
31 – 40 ปี	140	35.5
41 – 50 ปี	26	6.1
51 – 60 ปี	8	1.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 26 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาเป็นช่วงอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 140 คนคิดเป็นร้อยละ 35.5 และช่วงอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับคุณวุฒิการศึกษาของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติก

ระดับคุณวุฒิการศึกษา	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 3	43	10.7
มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือ ปวช.	61	15.3
อนุปริญญา หรือ ปวส.	28	6.9
ปริญญาตรี	251	63.6
ปริญญาโท	16	3.6
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 27 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามใหญ่มีระดับคุณวุฒิการศึกษา ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 63.6 รองลงมา ระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือ ปวช. จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาชั้นปีที่ 3 จำนวน 10.7 คน คิดเป็นร้อยละ 43 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบของโรงแรม ประเภทบุติคของประเทศไทย

รูปแบบของโรงแรมประเภทบุติค	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบดัดแปลงอาคารเก่าแก่หรือตั้งอยู่ในย่านชุมชนฯ	46	11.5
รูปแบบที่พักร่วมสมัยและหรูหรา	58	14.2
รูปแบบที่พักที่อยู่ร่วมกับธรรมชาติ	193	48.6
รูปแบบศิลปะสถาปัตยกรรมการออกแบบ	104	25.7
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 28 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริการจากโรงแรมประเภทบุติคที่มีรูปแบบดัดแปลงอาคารเก่าแก่หรือตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.6 รองลงมาพนักงานบริการจากโรงแรมประเภทบุติคที่มีรูปแบบศิลปะสถาปัตยกรรมการออกแบบ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 และพนักงานบริการโรงแรมประเภทบุติคที่มีรูปแบบร่วมสมัยและหรูหรา จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแผนกของพนักงานโรงแรม ประเภทบุติค

แผนกปฏิบัติงาน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
ต้อนรับและบริการส่วนหน้า (Front Office)	163	41.0
แม่บ้าน (House Keeping)	50	12.5
บริการอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage)	57	14.2
ครัว (Kitchen)	37	9.2
สปา (Spa)	49	12.2
มากกว่า 1 แผนก	44	10.9
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 29 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามใหญ่ส่วนใหญ่มาจากแผนกต้อนรับส่วนหน้า จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมาเป็นแผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 และแผนกแม่บ้าน จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์การปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรมประเภทบูติก

ประสบการณ์การปฏิบัติงาน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	114	28.2
1-5 ปี	177	44.8
6-10 ปี	72	18.1
มากกว่า 10 ปี	37	8.9
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 30 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามใหญ่ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การปฏิบัติงานมากกว่า 1-5 ปี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาคือน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 และประสบการณ์การปฏิบัติงานมากกว่า 6-10 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 ตามลำดับ

ตอนที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ทั้งหมดต่อเดือนของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติก

รายได้	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 9,000 บาท	58	14.5
9,000 – 15,000 บาท	192	44.3
15,001 – 20,00 บาท	88	22.1
20,001 – 25,000 บาท	29	7.1
25,001 – 30,000 บาท	25	6.1
มากกว่า 30,00 บาท	8	1.8
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 31 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามใหญ่ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 9,000 – 15,000 บาท จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมาเป็นรายได้อยู่ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 และรายได้น้อยกว่า 9,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการ โรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ทั้งหมด 9 ด้าน ซึ่งมีรายละเอียดต่างๆ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ด้านความต้องการความรู้ (Need Knowledge)

ข้อคำถาม	ค่าถี่และค่าร้อยละ					Mean	SD	ความหมาย
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1			
1. ความต้องการความรู้เกี่ยวกับภาระงานตามฝ่ายหรือแผนก	102	217	78	3	0	4.05	0.67	มาก
	25.7	54.5	19.6	1	0			
2. ความต้องการความรู้เกี่ยวกับโรงแรม	93	207	92	8	0	3.97	0.72	มาก
	23.4	52.2	22.9	1.5	0			
3. ความต้องการความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้รับบริการ	69	207	114	6	4	3.84	0.74	มาก
	17.6	52.2	28.5	1.3	0.8			
4. ความต้องการความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว	68	186	131	15	0	3.77	0.76	มาก
	17.3	46.6	32.6	3.6	0			
5. ความต้องการความรู้เกี่ยวกับภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศที่ 3	55	181	132	33	0	3.63	0.81	มาก
6. ความต้องการความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	88	210	84	18	0	3.93	0.76	มาก
	22.4	52.9	20.6	4.1	0			
ค่าเฉลี่ยรวม						3.87	0.74	มาก

จากตารางที่ 32 แสดงผลระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ด้านความต้องการความรู้ (Need Knowledge) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความต้องการความรู้เกี่ยวกับภาระงานตามฝ่ายหรือแผนกมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.05 รองลงมา คือ ความต้องการความรู้เกี่ยวกับโรงแรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และความต้องการความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย ด้านการตัดสินใจ (Decision Marking)

ข้อคำถาม	ค่าถี่และค่าร้อยละ					Mean	SD	ความหมาย
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1			
การใช้ประสบการณ์ครั้งก่อนในการให้บริการ	93	214	70	15	7	3.92	0.76	มาก
	23.2	53.4	17.8	3.8	1.8			
การพิจารณาจำนวนผู้รับบริการที่เข้าร่วมเดินทาง	77	215	4	4	0	3.91	0.69	มาก
	19.3	53.7	26.2	0.8	0			
การวิเคราะห์ความต้องการของผู้รับบริการตามกลุ่ม	63	195	133	9	0	3.77	0.72	มาก
	15.3	49.1	33.3	2.3	0			
การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในสายอาชีพ	89	177	115	19	0	3.84	0.81	มาก
	22.1	44.5	28.8	4.6	0			
ค่าเฉลี่ยรวม						3.86	0.74	มาก

จากตารางที่ 33 แสดงผลระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย ด้านการตัดสินใจ (Decision Marking) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การใช้ประสบการณ์ครั้งก่อนในการให้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.92 รองลงมา คือ การพิจารณาจำนวนผู้รับบริการที่เข้าร่วมเดินทางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในสายอาชีพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ด้านความจำ (Memory)

ข้อคำถาม	ค่าถี่และค่าร้อยละ					Mean	SD	ความหมาย
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1			
การจดจำหมายเลข ห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวก	96	198	95	5	6	3.94	0.79	มาก
	23.2	53.4	17.8	3.8	1.8			
ชื่อ-นามสกุล ข้อมูลส่วนบุคคลอื่นๆ	64	181	136	15	3	3.73	0.78	มาก
	16.0	45.8	34.4	3.3	0.5			
การสังเกตพฤติกรรมของผู้รับบริการ	72	211	103	10	4	3.86	0.74	มาก
	18.1	53.4	26.0	2.0	0.5			
การสืบค้นข้อเสนอแนะ และ ข้อคิดเห็น จากช่องทางออนไลน์	85	21.2	82	16	5	3.89	0.80	มาก
	20.9	53	20.6	3.8	1.0			
ค่าเฉลี่ยรวม						3.85	0.77	มาก

จากตารางที่ 34 แสดงผลระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ด้านความจำ (Memory) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การจดจำหมายเลขห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.94 รองลงมา คือ การสืบค้นข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นจากช่องทางออนไลน์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และการสังเกตพฤติกรรมของผู้รับบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย ด้านทัศนคติ (Attitude)

ข้อความ	ค่าถี่และค่าร้อยละ					Mean	SD	ความหมาย
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1			
ความศรัทธาและความเชื่อมั่นในองค์กร	184	165	41	10	0	4.31	0.74	มากที่สุด
	23.2	53.4	17.8	3.8	1.8			
การมีจิตบริการและสามารถปฏิบัติงานในแผนกใกล้เคียง	153	185	52	8	2	4.20	0.76	มาก
	38.7	46.3	12.7	1.8	0.5			
เป้าหมายในการประกอบอาชีพในอนาคต	7	193	55	3	2	4.20	0.73	มาก
	36.9	48.1	13.7	0.8	0.5			
การยึดหลักจริยธรรมในการประกอบอาชีพ	158	171	3	8	0	4.17	0.81	มาก
	39.4	43.0	13.2	4.3	0			
ค่าเฉลี่ยรวม						4.22	0.76	มากที่สุด

จากตารางที่ 35 แสดงผลระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย ด้านทัศนคติ (Attitude) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความศรัทธาและความเชื่อมั่นในองค์กรมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.31 รองลงมา คือ การมีจิตบริการและสามารถปฏิบัติงานในแผนกใกล้เคียง และเป้าหมายในการประกอบอาชีพในอนาคตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเพณีติคของประเทศไทย การรับรู้ (Recognition)

ข้อคำถาม	ค่าถี่และค่าร้อยละ					Mean	SD	ความหมาย
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1			
การรับรู้ปัญหาเกี่ยวกับการบริการ	112	183	83	20	1	3.96	0.84	มาก
	28.0	45.8	20.9	5.1	0.3			
การรับรู้ค่าชื่นชมเกี่ยวกับการบริการ	139	209	46	6	0	4.21	0.68	มากที่สุด
	34.9	52.7	11.2	1.3	0			
การรับรู้ค่าบอกเล่าหรือคำปรึกษาที่อยู่ นอกเหนือการบริการ	108	204	70	14	0	4.00	0.81	มาก
	27.0	51.4	17.3	3.3	0			
การสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการตามความสงสัย	114	224	45	7	10	4.06	0.82	มาก
	28.5	56.5	10.9	1.5	2.5			
ค่าเฉลี่ยรวม						4.05	0.78	มาก

จากตารางที่ 36 แสดงผลระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเพณีติคของประเทศไทย ด้านการรับรู้ (Recognition) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การรับรู้ค่าชื่นชมเกี่ยวกับการบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.21 รองลงมา คือ การสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการตามความสงสัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และการรับรู้ค่าบอกเล่าหรือคำปรึกษาที่อยู่ นอกเหนือการบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเพณีติคของประเทศไทย การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction)

ข้อคำถาม	ค่าถี่และค่าร้อยละ					Mean	SD	ความหมาย
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1			
การไม่ชักสีหน้าและการใช้น้ำเสียงที่สุภาพ	115	165	65	11	4	4.14	0.85	มาก
	28.0	45.8	20.9	5.1	0.3			

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย ด้านการโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) ต่อ

ข้อความคำถาม	ค่าถี่และค่าร้อยละ					Mean	SD	ความหมาย
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1			
การอธิบายเงื่อนไขและข้อจำกัดในการบริการ	159	167	62	6	6	4.17	0.84	มาก
	39.9	42.0	15.0	1.5	1.5			
การประสานงานขอความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงานหรือผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน	111	219	55	9	5	4.05	0.79	มาก
	27.7	55.2	13.5	2.0	1.5			
การรายงานความคืบหน้าแก่ผู้รับบริการ	101	234	49	16	0	4.05	0.72	มาก
	25.2	59.9	12.0	3.8	0			
การจัดสรรการบริการทดแทนความผิดพลาด	98	225	62	15	0	4.02	0.73	มาก
	24.4	56.7	15.3	3.6	0			
ค่าเฉลี่ยรวม						4.08	0.78	มาก

จากตารางที่ 37 แสดงผลระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย ด้านการโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การอธิบายเงื่อนไขและข้อจำกัดในการบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.17 รองลงมา คือ การไม่ชักสีหน้าและการใช้น้ำเสียงที่สุภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ลำดับต่อมาการรายงานความคืบหน้าแก่ผู้รับบริการ และการประสานงานขอความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงานหรือผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย ด้านความเสมอภาค (Equality)

ข้อความคำถาม	ค่าถี่และค่าร้อยละ					Mean	SD	ความหมาย
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1			
การให้สิทธิพิเศษในการเข้ารับบริการ	141	187	62	8	2	4.15	0.77	มาก
	35.4	47.1	15.3	1.8	0.5			
การจัดลำดับการให้บริการก่อน-หลัง	135	198	56	5	6	4.13	0.80	มาก
	33.8	49.9	13.5	1.3	1.4			
การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก	107	220	58	11	4	4.04	0.77	มาก
	26.7	55.5	14.2	2.5	1.0			
การชดเชยการบริการหากการบริการไม่เป็นไปตามเงื่อนไข	121	165	77	22	15	3.89	1.02	มาก
	30.3	41.5	19.1	5.3	3.8			
ค่าเฉลี่ยรวม						4.05	0.84	มาก

จากตารางที่ 38 แสดงผลระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย ด้านความเสมอภาค (Equality) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การให้สิทธิพิเศษในการเข้ารับบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.15 รองลงมา คือ การจัดลำดับการให้บริการก่อน-หลังมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ตามลำดับ

ตอนที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย ด้านการยกย่องให้เกียรติ (Commendation) ต่อ

ข้อความ	ค่าถี่และค่าร้อยละ					Mean	SD	ความหมาย
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1			
การไม่สัมผัสร่างกาย ผู้รับบริการทุกสัญชาติ	208	136	46	8	2	4.36	0.79	มากที่สุด
	52.4	34.1	11.2	1.8	0.5			
การยกมือไหว้สวัสดีและ การกล่าวทักทาย	201	140	45	8	6	4.31	0.85	มากที่สุด
	50.6	35.1	10.9	1.8	1.5			
การไม่เข้าห้องพักและการ ไม่เคลื่อนย้ายสิ่งของของ ผู้รับบริการของ ผู้รับบริการ	220	131	32	15	2	4.39	0.81	มากที่สุด
	55.5	32.8	7.6	3.6	0.5			
การควบคุมความ ปลอดภัยแก่ผู้รับบริการ	221	130	37	10	2	4.40	0.78	มากที่สุด
	55.7	32.6	8.9	2.3	0.5			
การไม่แสดงกิริยาท่าทาง ถึงความสนิทกับ ผู้รับบริการ		100	52	15	6	4.32	0.93	มากที่สุด
	227							
ค่าเฉลี่ยรวม						4.35	0.83	มากที่สุด

จากตารางที่ 39 แสดงผลระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย ด้านการยกย่องให้เกียรติ (Commendation) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่าการควบคุมความปลอดภัยแก่ผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.40 รองลงมา คือ การไม่เข้าห้องพักและการไม่เคลื่อนย้ายสิ่งของของผู้รับบริการของผู้รับบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และการไม่สัมผัสร่างกายผู้รับบริการทุกสัญชาติมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ตามลำดับ

ตอนที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย ด้านการสร้างความสุข (Happiness)

ข้อความ	ค่าถี่และค่าร้อยละ					Mean	SD	ความหมาย
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1			
การส่งมอบการบริการ ด้วยบริการพิเศษใน วินาทีแรก	193 48.6	159 39.9	39 9.4	7 1.5	2 0.5	4.34	0.75	มากที่สุด
การเชื่อมโยงกิจกรรมการ ท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น	129 32.3	200 50.4	66 16.3	4 1.0	0 0	4.13	0.71	มาก
การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวก เพิ่มเติม	164 41.2	159 39.9	70 17.3	5 1.3	1 0.3	4.20	0.78	มาก
การมอบบริการและของที่ระลึก ในวันและเทศกาลสำคัญของ ผู้รับบริการ	153 38.4	181 45.5	46 11.2	17 4.1	3 0.8	4.16	0.83	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						4.20	0.76	มาก

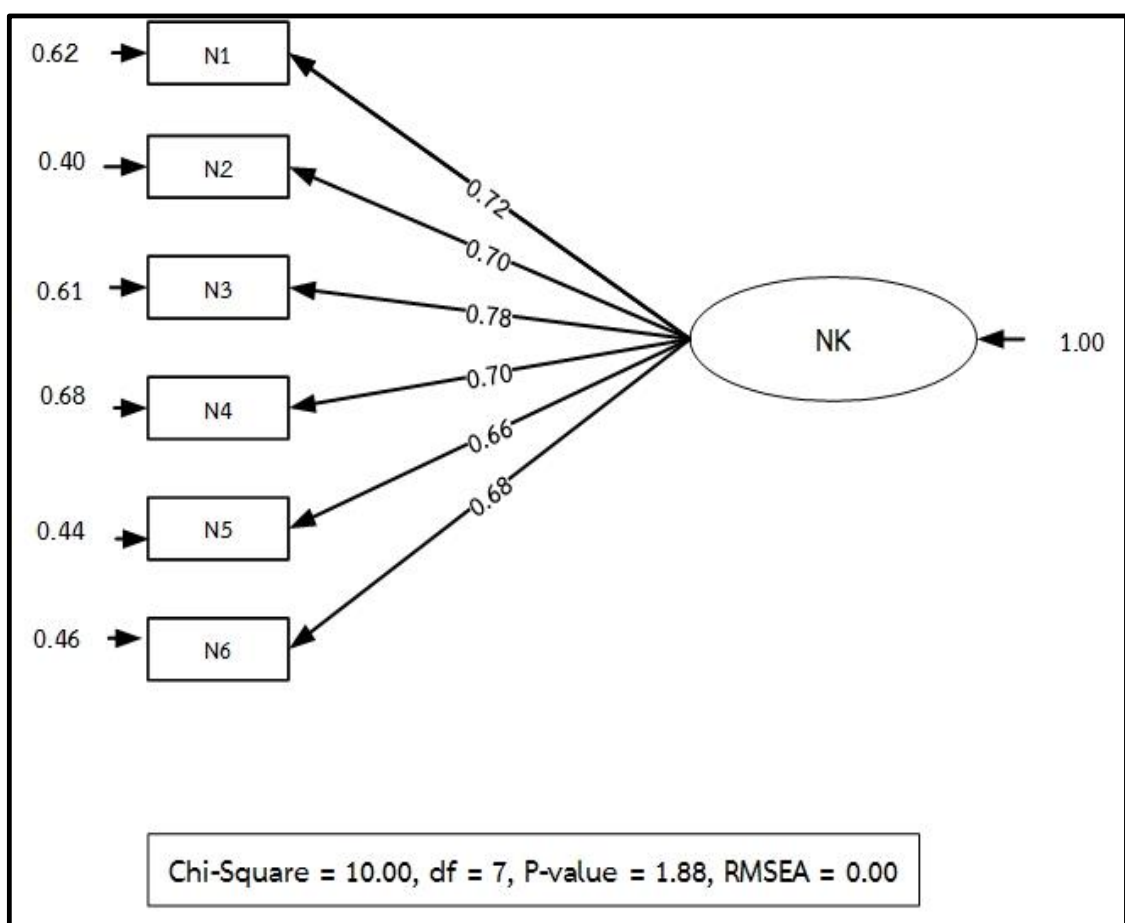
จากตารางที่ 40 แสดงผลระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย ด้านการสร้างความสุข (Happiness) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การส่งมอบการบริการด้วยบริการพิเศษในวินาทีแรก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.34 รองลงมา คือ การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และการมอบบริการและของที่ระลึกในวันและเทศกาลสำคัญของผู้รับบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ขององค์ประกอบความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

	N	N2	N3	N4	N5	N6	D1	D2	D3	D4	M1	M2	M3	M4	A1	A2	A3	A4	R1	R2	R3	R4	I1	I2	I3	I4	I5	E1	E2	E3	E4	C1	C2	C3	C4	C5	H1	H2	H3	H4		
MEAN	4.0	3.97	3.84	3.77	3.63	3.93	3.92	3.92	3.77	3.84	3.94	3.73	3.86	3.89	4.31	4.2	4.2	4.17	3.96	4.21	4.00	4.06	4.14	4.17	4.05	4.05	4.02	4.15	4.13	4.04	3.89	4.36	4.31	4.39	4.4	4.32	4.34	4.13	4.2	4.16		
SD	0.67	0.72	0.74	0.76	0.81	0.76	0.84	0.69	0.72	0.81	0.79	0.78	0.74	0.81	0.74	0.8	0.74	0.76	0.73	0.81	0.82	0.84	0.85	0.81	0.78	0.93	0.75	0.71	0.78	0.83	1.02	0.79	0.85	0.81	0.78	0.93	0.75	0.71	0.78	0.83		
N1	1																																									
N2	56	1																																								
N3	52	536	1																																							
N4	57	530	607	1																																						
N5	44	428	514	506	1																																					
N6	46	538	580	480	512	1																																				
D1	51	391	551	525	365	451	1																																			
D2	37	402	533	376	284	368	536	1																																		
D3	47	411	585	466	548	436	519	454	1																																	
D4	29	346	387	385	391	443	391	427	537	1																																
M1	44	339	442	414	241	391	535	483	310	320	1																															
M2	36	330	371	341	407	294	457	467	392	397	502	1																														
M3	49	326	562	465	369	289	555	534	450	326	576	535	1																													
M4	41	419	559	402	481	525	507	541	469	346	521	494	637	1																												
A1	44	493	384	423	283	388	495	428	341	321	477	359	433	536	1																											
A2	45	390	369	498	273	434	538	422	369	292	453	321	435	522	580	1																										
A3	48	406	466	453	326	419	527	487	323	281	410	291	390	507	622	665	1																									
A4	47	539	438	463	234	334	589	372	260	194	473	295	400	422	452	461	541	1																								
R1	41	240	444	433	382	381	473	499	555	471	399	404	516	552	376	401	458	463	1																							
R2	36	253	430	356	267	307	437	527	425	329	433	390	574	475	399	499	421	398	472	1																						
R3	38	220	452	373	264	276	504	441	391	202	349	398	412	375	289	431	487	511	620	561	1																					
R4	33	323	445	474	427	381	551	465	405	352	418	356	440	517	417	493	535	522	449	489	541	1																				
I1	37	308	435	327	306	202	504	497	546	408	397	338	513	436	413	351	364	380	533	490	437	520	1																			
I2	36	289	450	442	204	236	550	515	395	289	501	349	604	463	502	497	487	466	468	508	430	649	626	1																		
I3	35	224	327	447	264	198	484	380	327	273	454	418	476	464	415	387	439	491	528	429	492	539	562	497	1																	
I4	43	344	509	504	325	392	602	509	442	390	436	468	604	518	484	531	544	449	529	471	462	592	522	691	680	1																
I5	32	346	481	432	378	350	506	494	520	396	382	401	501	555	468	490	468	397	526	519	556	565	509	616	479	584	1															
E1	40	429	358	394	304	316	366	370	327	206	327	284	416	453	460	465	451	504	471	324	418	470	469	476	434	467	585	1														
E2	26	264	350	333	253	319	457	437	283	257	430	242	436	411	318	456	480	519	484	483	532	621	464	561	529	549	518	504	1													
E3	23	220	192	298	122	159	276	320	203	155	330	241	413	301	378	293	377	309	372	362	387	346	408	453	340	355	423	510	510	1												
E4	24	165	421	316	270	342	521	402	348	208	204	222	371	470	298	384	473	402	563	304	575	566	354	461	436	534	561	478	621	379	1											
C1	30	346	304	280	241	324	392	354	272	235	242	312	357	448	450	439	457	406	391	321	371	462	353	508	399	585	541	535	559	403	514	1										
C2	25	298	447	353	244	206	404	438	256	020	345	320	467	367	392	449	495	403	325	410	512	473	467	559	434	501	551	553	486	465	453	497	1									
C3	36	297	427	343	243	336	581	459	279	173	390	270	445	438	529	496	559	541	387	427	466	607	401	623	478	676	513	502	566	448	590	665	646	1								
C4	26	345	365	349	288	364	425	432	318	215	418	320	452	469	488	505	434	419	437	456	456	573	367	574	470	574	629	526	521	359	545	587	584	727	1							
C5	32	276	425	397	255	324	534	358	343	221	425	279	365	425	473	537	511	574	374	402	501	539	423	536	498	627	536	459	614	356	508	592	503	710	581	1						
H1	29	226	259	301	244	254	297	334	316	254	375	259	275	282	408	373	411	286	289	258	269	429	390	428	368	446	484	408	408	353	341	346	381	438	398	511	1					
H2	38	333	344	392	321	352	343	437	322	322	425	345	315	412	502	422	461	312	356	447	385	456	336	360	392	465	510	404	435	385	414	367										

จากตารางที่ 41 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ขององค์ประกอบความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย มีความสัมพันธ์เชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จากนั้นผู้วิจัยจึงนำเข้าสู่ขั้นตอนการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อแสดงค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบทั้งหมด สามารถยืนยันได้ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย ดังนี้

องค์ประกอบหลักที่ 1 ความต้องการความรู้ (Need Knowledge) ปรากฏผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน แสดงในแผนภาพที่ 20



ภาพที่ 20 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย องค์ประกอบหลักที่ 1 ด้านความต้องการความรู้ (Need Knowledge)

ตารางที่ 42 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลักที่ 1 ความต้องการความรู้ (Need Knowledge)

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	10.00	-
df	-	7	-
p-value	$p > 0.05$.18	-
χ^2 / df	$\chi^2 / df < 2$	1.42	ผ่านเกณฑ์
CFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.99	ผ่านเกณฑ์
GFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.99	ผ่านเกณฑ์
AGFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.97	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	ค่าเข้าใกล้ 0	0.00	ผ่านเกณฑ์
KMO	ค่ามากกว่า 0.05	0.92	ผ่านเกณฑ์
Bartlett's Test	ค่าน้อยกว่า 0.05	0.00	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 42 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลักที่ 1 ด้านความต้องการความรู้ ข้อมูลพบว่าค่าไค-สแควร์ (Chi-Square) มีค่า 10.00 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p\text{-value} = 0.18$ ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Chi-Square /df) = 1.42 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) = 0.99 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) = 0.99 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) = 0.97 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณ (RMSEA) = 0.000 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 43 แสดงการสรุปองค์ประกอบหลักด้านความต้องการความรู้ (Need Knowledge)

องค์ประกอบหลักด้านการเรียนรู้	องค์ประกอบภายใน	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ลำดับความสำคัญ	ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ AVE	ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด CR
NK	N1	0.72	3	0.51	0.92
	N2	0.70	4		
	N3	0.78	1		
	N4	0.76	2		
	N5	0.66	6		
	N6	0.68	5		

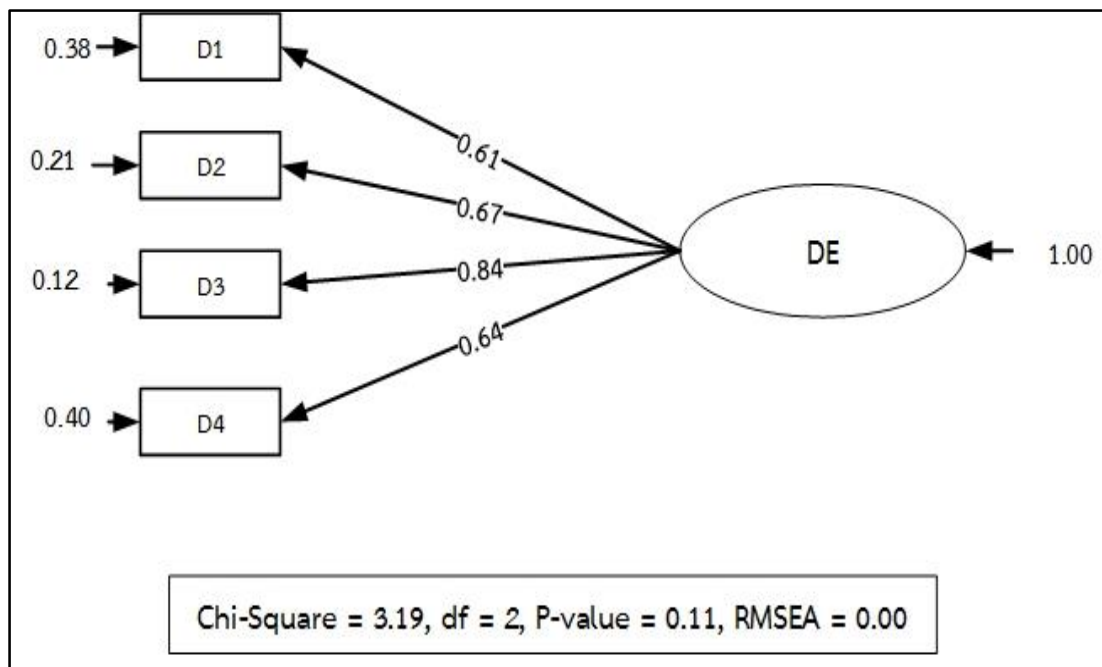
จากภาพที่ 20 และตารางที่ 43 พบว่า องค์ประกอบย่อยด้านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาระหน้าที่ของตำแหน่งงานบริการตามฝ่ายหรือแผนกที่ได้รับมอบหมาย และวิธีการปฏิบัติงานที่ได้มาตรฐาน รวมถึงองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบริการภายในโรงแรม ได้แก่ งานครัว งานห้องห้องพัก งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม (N1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.72 องค์ประกอบย่อยด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของโรงแรม ข้อมูลของสินค้าและบริการตามฝ่ายหรือแผนกต่างๆ ตลอดจนมีความรู้รอบรู้ในเรื่องนโยบายการบริหารงาน และกฎระเบียบข้อบังคับขององค์กร (N2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.70 องค์ประกอบย่อยด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมของผู้รับบริการที่มีความหลากหลายตามภูมิภาคต่างๆ ที่สามารถปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยในปัจจุบัน เช่น วัฒนธรรม ศาสนา ภาษา เป็นต้น (N3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.78 องค์ประกอบย่อยด้านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น เช่น เส้นทางคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สวนสนุก ภัตตาคาร ร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก สนามบิน ธนาคาร โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล ศูนย์ประชุม เป็นต้น (N4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.76 องค์ประกอบย่อยด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ทักษะภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศที่ 3 ตามกลุ่มเป้าหมายผู้รับบริการของโรงแรมแต่ละแห่ง (N5) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.66 องค์ประกอบย่อยด้านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ได้แก่ (1) กลุ่มสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) (2) อินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi-Fi Internet) (3) โปรแกรมการค้นหาข้อมูลทั่วไป อัจฉริยะ (Google Search Engine) และ (4) โปรแกรมสำเร็จรูปการจัดการโรงแรม (Property Management System) (N6) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.68

องค์ประกอบย่อยแต่ละด้าน ซึ่งเป็นค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.4 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2010) และพบว่าค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ขององค์ประกอบหลักด้านความต้องการความรู้ มีค่าเท่ากับ 0.51 แสดงว่ามีความเหมาะสม (AVE \geq 0.50) (Fornell and Larcker, 1981; Hair et al., 2010) จากการพิจารณา

ค่าสถิติขององค์ประกอบหลักด้านความต้องการความรู้ ความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 0.92 แสดงว่ามีความเหมาะสม ($CR \geq 0.70$) (Bagozzi and Yi, 1988; Hair et al., 2010) ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรทั้งหมดของด้านความต้องการความรู้ มีความเชื่อถือได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

การตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบหลักด้านความรู้ จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าองค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมของผู้รับบริการที่มีความหลากหลายตามภูมิภาคต่างๆ ที่สามารถปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยในปัจจุบัน เช่น วัฒนธรรม ศาสนา ภาษา เป็นต้น (N3) รองลงมาได้แก่ ด้านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น เช่น เส้นทางคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สวนสนุก ภัตตาคาร ร้านอาหารของฝากของที่ระลึก สนามบิน ธนาคาร โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล ศูนย์ประชุม เป็นต้น (N4) ลำดับที่สาม ด้านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาระหน้าที่ของตำแหน่งงานบริการตามฝ่ายหรือแผนกที่ได้รับมอบหมาย และวิธีการปฏิบัติงานที่ได้มาตรฐาน รวมถึงองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบริการภายในโรงแรม ได้แก่ งานครัว งานห้องห้องพัก งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม (N1) ลำดับที่สี่ ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของโรงแรม ข้อมูลของสินค้าและบริการตามฝ่ายหรือแผนกต่างๆ ตลอดจนมีความรอบรู้ในเรื่องนโยบายการบริหารงาน และกฎระเบียบข้อบังคับขององค์กร (N2) ลำดับที่ห้า ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ได้แก่ (1) กลุ่มสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) (2) อินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi-Fi Internet) (3) โปรแกรมการค้นหาข้อมูลทั่วไปอัจฉริยะ (Google Search Engine) และ (4) โปรแกรมสำเร็จรูปการจัดการโรงแรม (Property Management System) (N6) และลำดับที่หก คือ ด้านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ทักษะภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศที่ 3 ตามกลุ่มเป้าหมายผู้รับบริการของโรงแรมแต่ละแห่ง (N5) ตามลำดับ

องค์ประกอบหลักที่ 2 ด้านการตัดสินใจ (Decision Making) ปรากฏผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน แสดงในแผนภาพที่ 21



ภาพที่ 21 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย องค์ประกอบหลักที่ 2 ด้านการตัดสินใจ (Decision Making)

ตารางที่ 44 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบหลักที่ 2 ด้านการตัดสินใจ (Decision Making)

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	3.19	-
df	-	2	-
p-value	$p > 0.05$	0.11	-
χ^2 / df	$\chi^2 / df < 2$	1.59	ผ่านเกณฑ์
CFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.99	ผ่านเกณฑ์
GFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.99	ผ่านเกณฑ์
AGFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.97	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	ค่าเข้าใกล้ 0	0.00	ผ่านเกณฑ์
KMO	ค่ามากกว่า 0.05	0.92	ผ่านเกณฑ์
Bartlett's Test	ค่าน้อยกว่า 0.05	0.00	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 44 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลักที่ 2 ด้านความต้องการความรู้ ข้อมูลพบว่าค่าไค-สแควร์ (Chi-Square) มีค่า 3.19 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p\text{-value} = 0.11$ ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (Chi-Square /df) = 1.59 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพันธ์ (CFI) = 0.99 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) = 0.99 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) = 0.97 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณ (RMSEA) = 0.000 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 45 แสดงการสรุปองค์ประกอบหลักด้านการตัดสินใจ (Decision Marking)

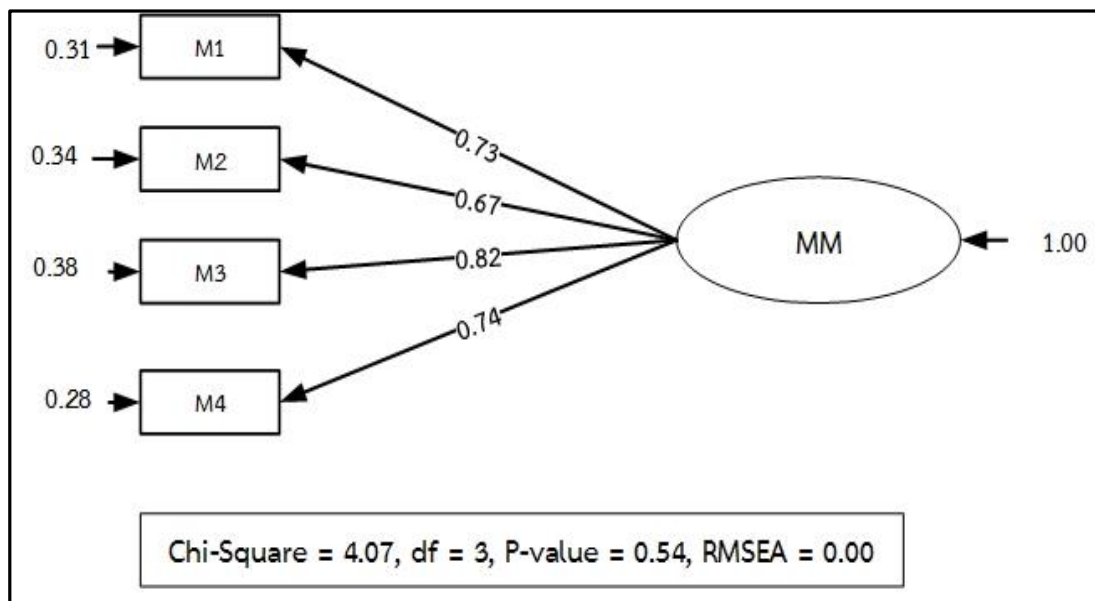
องค์ประกอบหลักด้านการตัดสินใจ	องค์ประกอบภายใน	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ลำดับความสำคัญ	ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ AVE	ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด CR
DE	D1	0.61	4	0.48	0.86
	D2	0.67	2		
	D3	0.84	1		
	D4	0.64	3		

จากภาพที่ 21 และตารางที่ 45 พบว่า องค์ประกอบย่อยด้านสามารถนำประสบการณ์จากการปฏิบัติงานครั้งก่อนๆ มาพัฒนาในทางมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อีกทั้งยังสามารถแก้ไขปัญหาการให้บริการแก่ผู้รับบริการแต่ละรายได้อย่างเหมาะสม เช่น ผู้รับบริการมีอาการเจ็บป่วยกระทันหัน ทรัพย์สินของผู้รับบริการสูญหาย เกิดเหตุทะเลาะวิวาท ระหว่างผู้รับบริการ เป็นต้น (D1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.61 องค์ประกอบย่อยด้านสามารถพิจารณาจำนวนสมาชิกที่รวมเดินทางมาเข้าพัก ภายในโรงแรมและประเภทของผู้รับบริการ เช่น กลุ่มเพื่อน กลุ่มครอบครัว คณะทำงาน เป็นต้น เพื่อจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสนับสนุนให้เหมาะสมกับจำนวนสมาชิก (D2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.67 องค์ประกอบย่อยด้านสามารถวิเคราะห์ความต้องการพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสี่ของผู้รับบริการตามสัญชาติ เช่น กลุ่มมุสลิม กลุ่มชาวจีน กลุ่มชาวยุโรป เป็นต้น เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการอำนวยความสะดวกและประสานงานไปยังฝ่ายหรือแผนกที่เกี่ยวข้องต่อไป (D3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.84 องค์ประกอบย่อยด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในอาชีพและสายงาน เพื่อสร้างการบริการที่เหนือความคาดหมายของผู้รับบริการ เช่น การกำหนดรายการอาหารรูปแบบใหม่ประจำวันที่แตกต่างกันโดยการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น หรือการประดับตกแต่งห้องพักด้วย ความสวยงามสำหรับผู้เข้าพักที่เดินทางมาอันานิมน์ ตลอดจนการออกแบบขั้นตอนการบริการใหม่มีความยืดหยุ่นภายใต้มาตรฐานของโรงแรมที่ครอบคลุมผู้รับบริการทุกกลุ่ม (D4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.64

องค์ประกอบย่อยแต่ละด้าน ซึ่งเป็นค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.4 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2010) และพบว่าค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ขององค์ประกอบหลักด้านการตัดสินใจ มีค่าเท่ากับ 0.48 แสดงว่ามีความเหมาะสม ($AVE \geq 0.40$) (Fornell and Larcker, 1981; Hair et al., 2010) จากการพิจารณาค่าสถิติขององค์ประกอบหลักด้านการตัดสินใจ ความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 0.86 แสดงว่ามีความเหมาะสม ($CR \geq 0.70$) (Bagozzi and Yi, 1988; Hair et al., 2010) ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรทั้งหมดของด้านการตัดสินใจ มีความเชื่อถือได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

การตรวจสอบค่าน้ำหนักขององค์ประกอบหลักด้านการตัดสินใจ จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าองค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่องค์ประกอบย่อยด้านสามารถวิเคราะห์ความต้องการพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสี่ ของผู้รับบริการตามสัญชาติ เช่น กลุ่มมุสลิม กลุ่มชาวจีน กลุ่มชาวยุโรป เป็นต้น เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการอำนวยความสะดวกและประสานงานไปยังฝ่ายหรือแผนกที่เกี่ยวข้องต่อไป (D3) รองลงมาได้แก่ ด้านสามารถพิจารณาจำนวนสมาชิกที่รวมเดินทางมาเข้าพัก ภายในโรงแรมและประเภทของผู้รับบริการ เช่น กลุ่มเพื่อน กลุ่มครอบครัว คณะทำงาน เป็นต้น เพื่อจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ สนับสนุนให้เหมาะสมกับจำนวน สมาชิก (D2) ลำดับที่สาม ด้านสามารถนำประสบการณ์จากการปฏิบัติงานครั้งก่อนๆ มาพัฒนาให้งานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อีกทั้งยังสามารถแก้ไขปัญหาการให้บริการแก่ผู้รับบริการแต่ละรายได้อย่างเหมาะสม เช่น ผู้รับบริการมีอาการเจ็บป่วยกระทันหัน ทรัพย์สินของผู้รับบริการสูญหาย เกิดเหตุทะเลาะวิวาท ระหว่างผู้รับบริการ เป็นต้น (D1) และลำดับที่สี่ ด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในอาชีพและสายงาน เพื่อสร้างการบริการที่เหนือความคาดหมายของผู้รับบริการ เช่น การกำหนดรายการอาหารรูปแบบใหม่ประจำวันที่แตกต่างกันโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่น หรือการประดับตกแต่งห้องพักด้วย ความสวยงามสำหรับผู้เข้าพักที่เดินทางมาอันนี้มนตลอดจนการออกแบบขั้นตอนการบริการใหม่มีความยืดหยุ่นภายใต้ มาตรฐานของโรงแรมที่ครอบคลุมผู้รับบริการทุกกลุ่ม (D4) ตามลำดับ

องค์ประกอบหลักที่ 3 ด้านความจำ (Memory) ปรากฏผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน แสดงในแผนภาพที่ 22



ภาพที่ 22 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย องค์ประกอบหลักที่ 3 ด้านความจำ (Memory)

ตารางที่ 46 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบหลักที่ 3 ด้านความจำ (Memory)

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	4.07	-
df	-	3	-
p-value	p > 0.05	0.54	-
χ^2 / df	$\chi^2 / df < 2$	1.35	ผ่านเกณฑ์
CFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.99	ผ่านเกณฑ์
GFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.99	ผ่านเกณฑ์
AGFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.98	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	ค่าเข้าใกล้ 0	0.00	ผ่านเกณฑ์
KMO	ค่ามากกว่า 0.05	0.92	ผ่านเกณฑ์
Bartlett's Test	ค่าน้อยกว่า 0.05	0.00	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 46 แสดงค่าไค-สแควร์ (Chi-Square) มีค่า 4.07 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p\text{-value} = 0.11$ ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Chi-Square /df) = 1.35 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) = 0.99 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) = 0.99 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) = 0.98 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณ (RMSEA) = 0.000 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 47 แสดงการสรุปองค์ประกอบหลักด้านความจำ (Memory)

องค์ประกอบหลักด้านความจำ	องค์ประกอบภายใน	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ลำดับความสำคัญ	ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ AVE	ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด CR
MM	M1	0.73	3	0.55	0.89
	M2	0.67	4		
	M3	0.82	1		
	M4	0.74	2		

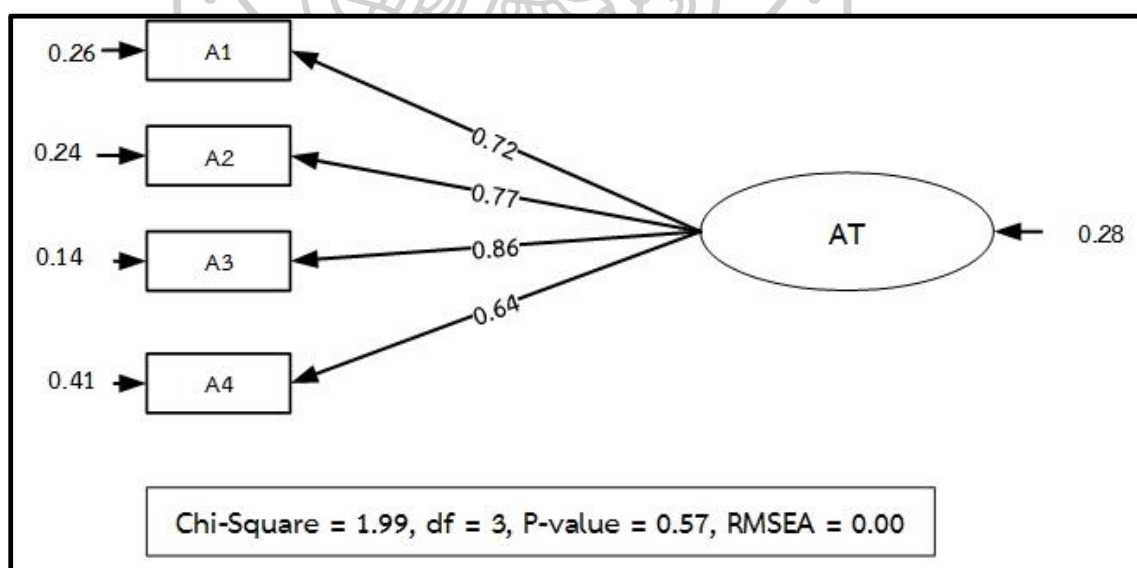
จากภาพที่ 22 และตารางที่ 47 พบว่า องค์ประกอบย่อยด้านการจดจำหมายเลขห้องพักและรายละเอียดของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่ผู้รับบริการได้เข้าพักตามช่วงเวลาต่างๆ เพื่อความสะดวกในการติดตามผู้รับบริการ เมื่อเกิดปัญหาเมื่อการบริการสิ้นสุดลง (M1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.73 องค์ประกอบย่อยด้านชื่อ-นามสกุลของผู้รับบริการ รวมถึงตำแหน่งชั้นทางสังคมและอาชีพ ตลอดจนรูปพรรณสัณฐานที่บ่งบอกถึงลักษณะความเป็นตัวตน เพื่อนำเข้าสู่ระบบฐานข้อมูลของโรงแรมและสงวนไปยังฝ่ายหรือแผนกบริการที่เกี่ยวข้อง (M2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.67 องค์ประกอบย่อยด้านพฤติกรรมตอบสนองระหว่างการรับบริการและกิจการที่ ปรากฏระหว่างการเดินทาง เช่น การขยับตัว การยกมือ การแสดงสีหน้า เป็นต้น รวมถึงความถนัดในการใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของผู้รับบริการที่กระทำจนเป็นนิสัย พร้อมกับเสนอความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการทันทีเมื่อพบปัญหา (M3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.82 องค์ประกอบย่อยด้านข้อเสนอแนะจากใบแสดงความคิดเห็น (Guest Comment) รวมถึงข้อคิดเห็นจากสื่อสังคมออนไลน์และระบบเว็บไซต์สำรองบริการออนไลน์ (OTA: Online Travel Agency) เช่น Agoda Expedia TripAdvisor Traveloka เป็นต้น เพื่อสรรหาวิธีการแก้ไขปัญหาตามขอเรียกร้องได้อย่างเหมาะสม (M4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.74

องค์ประกอบย่อยแต่ละด้าน ซึ่งเป็นค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.4 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2010) และพบว่า ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ขององค์ประกอบหลักด้านความจำ มีค่าเท่ากับ 0.55 แสดงว่ามีความเหมาะสม ($AVE \geq 0.50$) (Fornell and Larcker, 1981; Hair et al., 2010) จากการพิจารณาค่าสถิติของ

องค์ประกอบหลักด้านความจำ ความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 0.89 แสดงว่ามีความเหมาะสม ($CR \geq 0.70$) (Bagozzi and Yi, 1988; Hair et al., 2010) ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรทั้งหมดของด้านความจำ มีความเชื่อถือได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

การตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบหลักด้านความจำ จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าองค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ องค์ประกอบย่อยด้านพฤติกรรมการตอบสนองระหว่างการรับบริการและกิริยาที่ปรากฏระหว่างการสนทนา เช่น การขยับตัว การยกมือ การแสดงสีหน้า เป็นต้น รวมถึงความถนัดในการใช้เครื่องมือหรือ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของผู้รับบริการที่กระทำจนเป็นนิสัย พร้อมกับเสนอความช่วยเหลือแก่ ผู้รับบริการทันทีเมื่อพบปัญหา (M3) รองลงมาได้แก่ องค์ประกอบย่อยด้านข้อเสนอแนะจากใบแสดงความคิดเห็น (Guest Comment) รวมถึงข้อคิดเห็นจากสื่อสังคมออนไลน์และระบบเว็บไซต์สำหรับบริการออนไลน์ (OTA: Online Travel Agency) เช่น Agoda Expedia TripAdvisor Traveloka เป็นต้น เพื่อสรรหาวิธีการแก้ไขปัญหาตามข้อเรียกร้องได้อย่างเหมาะสม (M4) ลำดับที่สามได้แก่ องค์ประกอบย่อยด้านการจดจำหมายเลขห้องพักและรายละเอียดของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่ผู้รับบริการได้เข้าพักตาม ช่วงเวลาต่างๆ เพื่อความสะดวกในการติดตามผู้รับบริการ เมื่อเกิดปัญหาเมื่อการบริการสิ้นสุดลง (M1) และลำดับที่สี่ได้แก่ องค์ประกอบย่อยด้านด้านชื่อ-นามสกุลของผู้รับบริการ รวมถึงตำแหน่งชั้นทางสังคม และอาชีพ ตลอดจนรูปพรรณสัณฐานที่บ่งบอกถึงลักษณะความเป็นตัวตน เพื่อนำเข้าสู่ระบบฐานข้อมูลของโรงแรมและสงวนไปยังฝ่ายหรือแผนกบริการที่เกี่ยวข้อง (M2) ตามลำดับ

องค์ประกอบหลักที่ 4 ด้านทัศนคติ (Attitude) ปรากฏผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน แสดงในแผนภาพที่ 23



ภาพที่ 23 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย องค์ประกอบหลักที่ 4 ด้านทัศนคติ (Attitude)

ตารางที่ 48 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบหลักที่ 4 ด้านทัศนคติ (Attitude)

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	1.99	-
df	-	3	-
p-value	p > 0.05	0.57	-
χ^2 / df	$\chi^2 / df < 2$	0.66	ผ่านเกณฑ์
CFI	ค่าเข้าใกล้ 1	1.00	ผ่านเกณฑ์
GFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.99	ผ่านเกณฑ์
AGFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.99	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	ค่าเข้าใกล้ 0	0.00	ผ่านเกณฑ์
KMO	ค่ามากกว่า 0.05	0.92	ผ่านเกณฑ์
Bartlett's Test	ค่าน้อยกว่า 0.05	0.00	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 48 แสดงค่าไค-สแควร์ (Chi-Square) มีค่า 1.99 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ p-value = 0.57 ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (Chi-Square / df) = 0.66 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพันธ์ (CFI) = 1.00 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) = 0.99 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) = 0.99 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณ (RMSEA) = 0.000 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 49 แสดงการสรุพอองค์ประกอบหลักด้านทัศนคติ (Attitude)

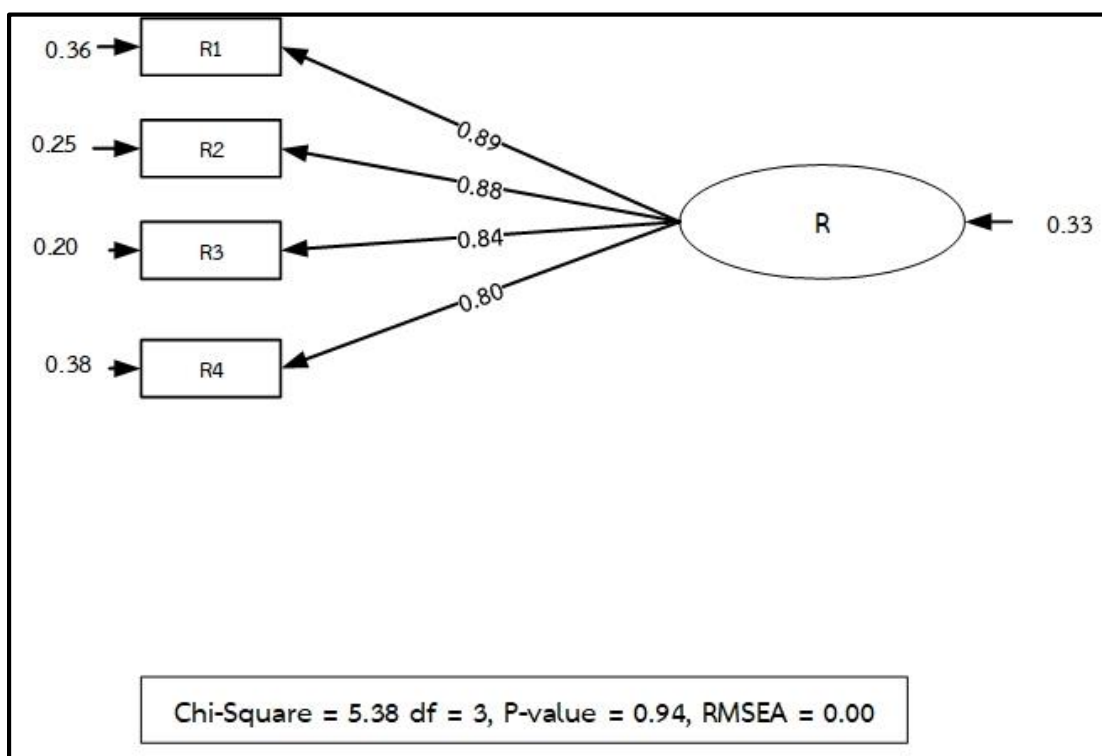
องค์ประกอบหลักด้านทัศนคติ	องค์ประกอบภายใน	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ลำดับความสำคัญ	ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ AVE	ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด CR
AT	A1	0.72	4	0.56	0.90
	A2	0.77	2		
	A3	0.86	1		
	A4	0.64	3		

จากภาพที่ 23 และตารางที่ 49 พบว่า องค์ประกอบย่อยมีความศรัทธาต่อองค์กร และความเชื่อมั่นในขอบเขตหน้าที่ การบริการที่ได้รับมอบหมายตลอดจนการปฏิบัติงาน ล่วงเวลา รวมถึงการตระหนักถึงการดูแลรักษาทรัพยากรและการประหยัดต้นทุนการดำเนินงานของโรงแรม (A1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.72 องค์ประกอบย่อยด้านมีจิตบริการ (Service Mind) ในการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย โดยสามารถปฏิบัติงานในฝ่ายหรือแผนกที่เกี่ยวข้องได้ (Multi Skills) เช่น พนักงานแผนกต้อนรับส่วนหน้า สามารถปูเตียงและทำความสะอาดห้องพักได้ หรือ พนักงานแผนกสำนักงานสนับสนุนสามารถบริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น (A2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.77 องค์ประกอบย่อยด้านมีเป้าหมายในการปฏิบัติงานและการดำเนินชีวิต อีกทั้งยังมีความแสวงหาแนวทางการพัฒนาทักษะอาชีพเพื่อก้าวหน้าในตำแหน่งงานในระดับสูงต่อไป (A3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.86 องค์ประกอบย่อยด้านการแสดงความซื่อสัตย์ในอาชีพ และการปฏิบัติหน้าที่โดยยึดหลักจริยธรรม เช่น ไม่นินทาผู้รับบริการลับหลัง เมื่อพบเจอทรัพย์สินของผู้รับบริการส่งคืนส่วนกลาง เป็นต้น (A4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.64

องค์ประกอบย่อยแต่ละด้าน ซึ่งเป็นค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.4 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2010) และพบว่าค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ขององค์ประกอบหลักด้านทัศนคติ มีค่าเท่ากับ 0.56 แสดงว่ามีความเหมาะสม ($AVE \geq 0.50$) (Fornell and Larcker, 1981; Hair et al., 2010) จากการพิจารณาค่าสถิติขององค์ประกอบหลักด้านทัศนคติ ความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 0.90 แสดงว่ามีความเหมาะสม ($CR \geq 0.70$) (Bagozzi and Yi, 1988; Hair et al., 2010) ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรทั้งหมดของด้านทัศนคติ มีความเชื่อถือได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

การตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบหลักด้านทัศนคติ จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าองค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ องค์ประกอบย่อยด้านมีเป้าหมายในการปฏิบัติงานและการดำเนินชีวิต อีกทั้งยังมีความแสวงหาแนวทางการพัฒนาทักษะอาชีพเพื่อก้าวหน้าใน ตำแหน่งงานในระดับสูงต่อไป (A3) รองลงมาได้แก่ องค์ประกอบย่อยด้านมีจิตบริการ (Service Mind) ในการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย โดยสามารถปฏิบัติงานในฝ่ายหรือแผนกที่เกี่ยวข้องได้ (Multi Skills) เช่น พนักงานแผนกต้อนรับส่วนหน้าสามารถปูเตียงและทำความสะอาดห้องพักได้ หรือ พนักงานแผนกสำนักงานสนับสนุนสามารถบริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น (A2) ลำดับที่สามองค์ประกอบย่อยมีความศรัทธาต่อองค์กรและความเชื่อมั่นในขอบเขตหน้าที่การบริการที่ได้รับมอบหมายตลอดจนการปฏิบัติงานล่วงเวลา รวมถึงการตระหนักถึงการดูแลรักษาทรัพยากรและการประหยัดต้นทุนการดำเนินงานของโรงแรม (A1) และลำดับที่สี่ได้แก่ องค์ประกอบย่อยด้านการแสดงความซื่อสัตย์ในอาชีพและการปฏิบัติหน้าที่โดยยึดหลักจริยธรรม เช่น ไม่นินทาผู้รับบริการลับหลัง เมื่อพบเจอทรัพย์สินของผู้รับบริการส่งคืนส่วนกลาง เป็นต้น (A4) ตามลำดับ

องค์ประกอบหลักที่ 5 ด้านการรับรู้ (Recognition) ปรากฏผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน แสดงในแผนภาพที่ 24



ภาพที่ 24 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรม
ประเภทบูติกของประเทศไทย องค์ประกอบหลักที่ 5 ด้านการรับรู้ (Recognition)
ตารางที่ 50 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลักที่ 5 ด้านการรับรู้
(Recognition)

สถิติที่ใช้ในการ ตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการ พิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	5.38	-
df	-	3	-
p-value	$p > 0.05$	0.94	-
χ^2 / df	$\chi^2 / df < 2$	1.79	ผ่านเกณฑ์
CFI	ค่าเข้าใกล้ 1	1.00	ผ่านเกณฑ์
GFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.99	ผ่านเกณฑ์
AGFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.99	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	ค่าเข้าใกล้ 0	0.00	ผ่านเกณฑ์
KMO	ค่ามากกว่า 0.05	0.92	ผ่านเกณฑ์
Bartlett's Test	ค่าน้อยกว่า 0.05	0.00	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 50 แสดงค่าไค-สแควร์ (Chi-Square) มีค่า 5.38 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p\text{-value} = 0.94$ ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Chi-Square /df) = 1.79 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) = 1.00 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) = 0.99 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) = 0.99 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณ (RMSEA) = 0.000 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 51 แสดงสรุปองค์ประกอบหลักด้านทัศนคติ (Attitude)

องค์ประกอบหลักด้านทัศนคติ	องค์ประกอบภายใน	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ลำดับความสำคัญ	ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ AVE	ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด CR
R	R1	0.89	1	0.66	0.80
	R2	0.88	2		
	R3	0.84	3		
	R4	0.80	4		

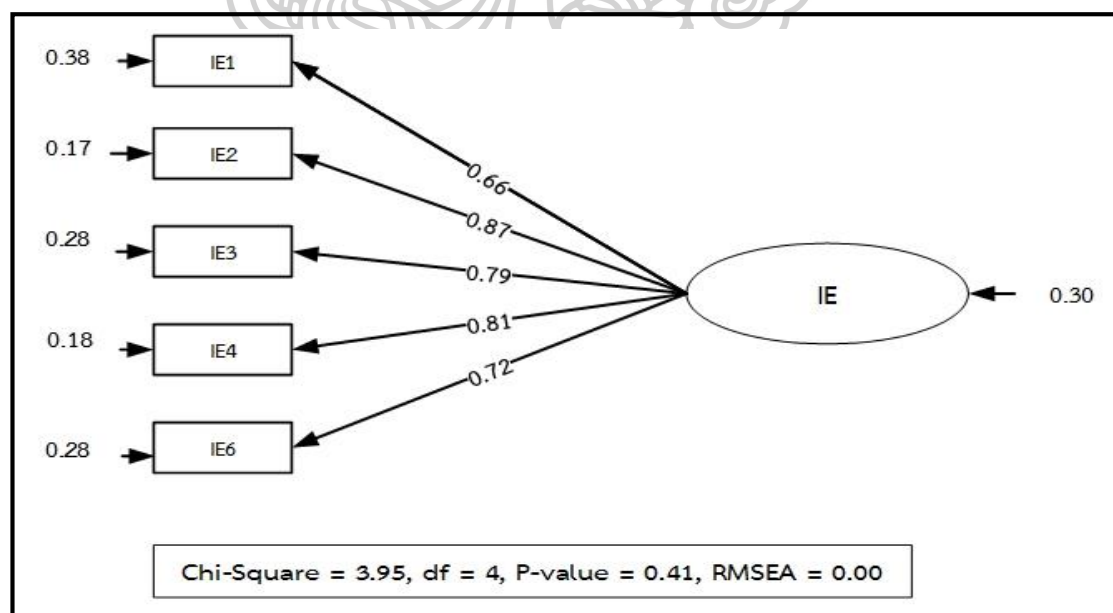
จากภาพที่ 24 และตารางที่ 51 พบว่า องค์ประกอบย่อยด้านปัญหาที่เกี่ยวกับการบริการภายในโรงแรมของแต่ละฝ่ายหรือแผนก เช่น อาหารรสชาติไม่อร่อย ห้องพักรูมขนาดเล็กเกินไป ผู้รับบริการข้างห้องเสียงดังรบกวน เป็นต้น พร้อมนำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาตามความเหมาะสม (R1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.89 องค์ประกอบย่อยด้านคำชื่นชมเกี่ยวกับการบริการภายในโรงแรม เช่น การบริการของพนักงาน การรักษาความปลอดภัย เป็นต้น เพื่อนำกลับไปพัฒนาการบริการในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับบริการ (R2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.88 องค์ประกอบย่อยด้านการรับฟังคำบอกเล่าและการขอคำปรึกษาเรื่องราวส่วนบุคคลของผู้รับบริการที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานบริการภายในโรงแรม โดยพนักงานมีหน้าที่รับฟังและระมัดระวังการแสดงความคิดเห็น เช่น ค่านิยม โรคประจำตัว การวางแผนการเดินทาง เป็นต้น เนื่องจากเรื่องราวต่างๆ ไม่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการแต่อย่างใด (R3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.84 องค์ประกอบย่อยด้านหากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับผู้รับบริการเกิดขึ้น พนักงานจะสอบถามเกี่ยวกับสิ่งที่ไม่มีความเข้าใจหรือไม่มั่นใจในช่วงระยะเวลาที่เหมาะสม เช่น จำนวนผู้เข้าพัก ระยะเวลาการเข้าพัก อาหารที่แพ้ เป็นต้น (A4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.80

องค์ประกอบย่อยแต่ละด้าน ซึ่งเป็นค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.4 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2010) และพบว่าค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ขององค์ประกอบหลักด้านการรับรู้ มีค่าเท่ากับ 0.56 จัดว่ามีความเหมาะสม ($AVE \geq 0.50$) (Fornell and Larcker, 1981; Hair et al., 2010) จากการพิจารณาค่าสถิติของ

องค์ประกอบหลักด้านการรับรู้ ความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 0.90 แสดงว่ามีความเหมาะสม ($CR \geq 0.70$) (Bagozzi and Yi, 1988; Hair et al., 2010) ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรทั้งหมดของด้านการรับรู้ มีความเชื่อถือได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

การตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบหลักด้านทัศนคติ จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าองค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ องค์ประกอบย่อยด้านด้านปัญหาที่เกี่ยวกับการบริการภายในโรงแรมของแต่ละฝ่ายหรือแผนก เช่น อาหารรสชาติไม่อร่อย ห้องพักรูปร่างเล็กเกิน ผู้รับบริการข้างห้องเสียงดังรบกวน เป็นต้น พร้อมนำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหตามความเหมาะสม (R1) รองลงมาได้แก่ องค์ประกอบย่อยด้านค่าขึ้นชมเกี่ยวกับการบริการภายในโรงแรม เช่น การบริการของพนักงาน การรักษาความปลอดภัย เป็นต้น เพื่อนำกลับไปพัฒนาการบริการในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับบริการ (R2) ลำดับที่สามองค์ประกอบย่อยด้านการรับฟังคำบอกล่าวและการขอคำปรึกษาเรื่องราวส่วนบุคคลของผู้รับบริการที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานบริการภายในโรงแรม โดยพนักงานมีหน้าที่รับฟังและระมัดระวังการแสดงความคิดเห็น เช่น ค่านิยม โรคประจำตัว การวางแผนการเดินทาง เป็นต้น เนื่องจากเรื่องราวต่างๆ ไม่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการแต่อย่างใด (R1) และลำดับที่สี่ ได้แก่ องค์ประกอบย่อยด้านหากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับผู้รับบริการเกิดขึ้น พนักงานจะสอบถามเกี่ยวกับสิ่งที่ไม่มีความเข้าใจหรือไม่มั่นใจในช่วงระยะเวลาที่เหมาะสม เช่น จำนวนผู้เข้าพัก ระยะเวลาการเข้าพัก อาหารที่แพ้ เป็นต้น (R4) ตามลำดับ

องค์ประกอบหลักที่ 6 ด้านการโต้ตอบด้านอารมณ์ (Interaction) ปรากฏผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน แสดงในแผนภาพที่ 25



ภาพที่ 25 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย องค์ประกอบหลักที่ 6 ด้านการโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction)

ตารางที่ 52 แสดงผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบหลักที่ 6 ด้านการโต้ตอบ
ด้านอารมณ์ (Interaction)

สถิติที่ใช้ในการ ตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	3.95	-
df	-	4	-
p-value	$p > 0.05$	0.41	-
χ^2 / df	$\chi^2 / df < 2$	0.98	ผ่านเกณฑ์
CFI	ค่าเข้าใกล้ 1	1.00	ผ่านเกณฑ์
GFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.99	ผ่านเกณฑ์
AGFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.98	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	ค่าเข้าใกล้ 0	0.00	ผ่านเกณฑ์
KMO	ค่ามากกว่า 0.05	0.92	ผ่านเกณฑ์
Bartlett's Test	ค่าน้อยกว่า 0.05	0.00	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 52 แสดงค่าไค-สแควร์ (Chi-Square) มีค่า 3.95 มีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ $p\text{-value} = 0.41$ ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (Chi-Square / df) = 0.98 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง
กลมกลืนเชิงสัมพันธ์ (CFI) = 1.00 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) = 0.99 ค่าดัชนีวัดระดับ
ความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) = 0.98 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลัง
สองของการประมาณ (RMSEA) = 0.000 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิง
ประจักษ์

ตารางที่ 53 แสดงผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบหลักที่ 6 ด้านการโต้ตอบทาง
อารมณ์ (Interaction)

องค์ประกอบ หลักด้านการ โต้ตอบทาง อารมณ์	องค์ประกอบ ภายใน	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ลำดับ ความสำคัญ	ค่าความ แปรปรวนเฉลี่ย ที่สกัดได้ AVE	ค่าความ เชื่อมั่นของ แบบวัด CR
IE	I1	0.66	5	0.59	0.93
	I2	0.87	1		
	I3	0.79	3		
	I4	0.81	2		
	I5	0.72	4		

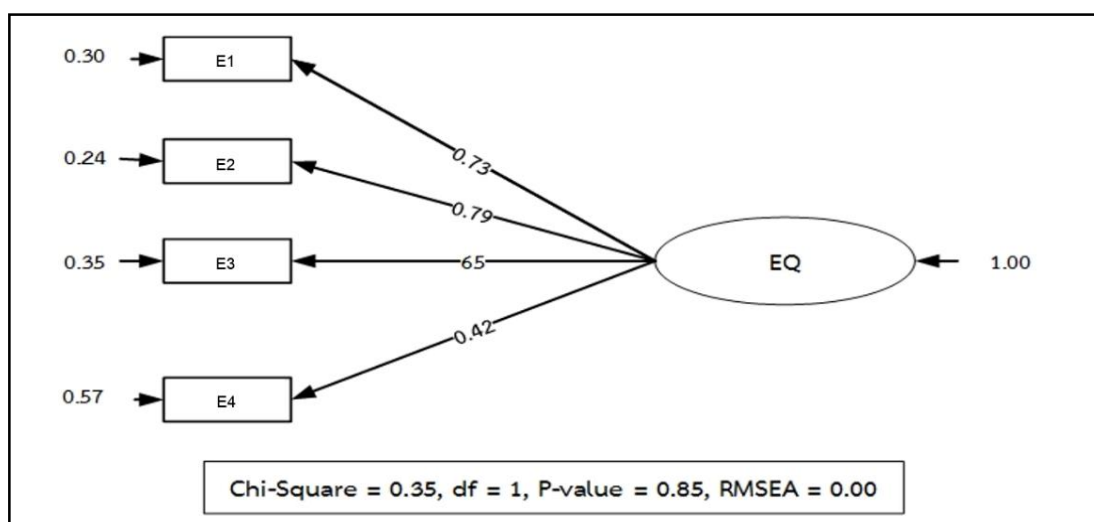
จากภาพที่ 25 และตารางที่ 53 พบว่า องค์ประกอบย่อยด้านการไม่ซักสีหน่าและการเลือกใช้น้ำเสียงที่สุภาพอ่อนโยนแก่ ผู้รับบริการทุกกรณี รวมถึงการใช้จินตนาการเปรียบเสมือนตนเองกำลังเผชิญหน้ากับปัญหาเหล่านั้น (I1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.66 องค์ประกอบย่อยด้านอธิบายเกี่ยวกับข้อจำกัดทางการบริการภายในโรงแรมให้ผู้รับบริการทราบล่วงหน้า เช่น การห้ามสูบบุหรี่ภายใน ห้องพัก ระยะเวลาเปิด-ปิดจุดให้บริการต่างๆ เป็นต้น รวมถึง การบรรยายรายละเอียดสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (I2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.87 องค์ประกอบย่อยด้านการประสานงานขอความช่วยเหลือจากผู้บังคับบัญชาหรือ เจ้าของกิจการให้เข้ามาช่วยเหลือในกรณีที่ไม่สามารถ ควบคุมสถานการณ์ได้ก่อนเกิดการทะเลาะวิวาทกับผู้รับบริการ การประสานงานกับหน่วยงานภายในในกรณีที่เกิดฉุกเฉินภายในโรงแรม เช่น ไฟฟ้า ประปา ดับเพลิง โรงพยาบาล มูลนิธิ เป็นต้น (I3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.79 องค์ประกอบย่อยด้านการรายงานความคืบหน้าแก่ผู้รับบริการเกี่ยวกับการดำเนินงานที่มีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เมื่อปัญหาเหล่านั้นได้รับการแก้ไขหรือมีผู้บังคับบัญชารับทราบแล้ว เพื่อให้ผู้รับบริการรู้สึกเป็นผู้ที่ถูกต้องเสมอ (I4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.81 องค์ประกอบย่อยด้านการจัดสรรรูปแบบการบริการทดแทน เพื่อเป็นการขออภัยในกระบวนการบริการที่ไม่เหมาะสมกับผู้รับบริการทันที เช่น การมอบส่วนลด การมอบการบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกพิเศษ เป็นต้น (I5) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.72

องค์ประกอบย่อยแต่ละด้าน ซึ่งเป็นค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.4 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2010) และพบว่าค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ขององค์ประกอบหลักด้านการโต้ตอบทางอารมณ์ มีค่าเท่ากับ 0.59 แสดงว่ามีความเหมาะสม ($AVE \geq 0.50$) (Fornell and Larcker, 1981; Hair et al., 2010) จากการพิจารณา ค่าสถิติขององค์ประกอบหลักด้านการโต้ตอบทางอารมณ์ ความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 0.93 แสดงว่ามีความเหมาะสม ($CR \geq 0.70$) (Bagozzi and Yi, 1988; Hair et al., 2010) ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรทั้งหมดของด้านการโต้ตอบทางอารมณ์ มีความเชื่อถือได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

การตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบหลักด้านการโต้ตอบทางอารมณ์ จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าองค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดขององค์ประกอบย่อยด้านอธิบายเกี่ยวกับข้อจำกัดทางการบริการภายในโรงแรมให้ผู้รับบริการทราบล่วงหน้า เช่น การห้ามสูบบุหรี่ภายในห้องพัก ระยะเวลาเปิด-ปิดจุดให้บริการต่างๆ เป็นต้น รวมถึงการบรรยายรายละเอียดสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน ห้องพัก (I2) รองลงมาได้แก่ องค์ประกอบย่อยด้านการรายงานความคืบหน้าแก่ผู้รับบริการเกี่ยวกับการดำเนินงานที่มีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เมื่อปัญหาเหล่านั้นได้รับการแก้ไขหรือมีผู้บังคับบัญชารับทราบแล้ว เพื่อให้ผู้รับบริการรู้สึกเป็นผู้ที่ถูกต้องเสมอ (I4) ลำดับที่สามขององค์ประกอบย่อยด้านการประสานงานขอความช่วยเหลือจากผู้บังคับบัญชาหรือ เจ้าของกิจการให้เข้ามาช่วยเหลือ ในกรณีที่ไม่สามารถควบคุมสถานการณ์ได้ก่อนเกิดการทะเลาะวิวาทกับผู้รับบริการ การประสานงานกับหน่วยงานภายในในกรณีที่เกิดฉุกเฉินภายในโรงแรม เช่น ไฟฟ้า ประปา ดับเพลิง โรงพยาบาล มูลนิธิ เป็นต้น (I3) ลำดับที่สี่ องค์ประกอบย่อยด้านการจัดสรร

รูปแบบการบริการทดแทน เพื่อเป็นการชดเชยในกระบวนการบริการที่ไม่เหมาะสมกับผู้รับบริการทันที เช่น การมอบส่วนลด การมอบการบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น (I5) และลำดับที่ทำได้แก่ องค์ประกอบย่อยด้านการไม่ชักสีหน้าและการเลือกใช้น้ำเสียงที่สุภาพอ่อนโยนแก่ผู้รับบริการทุกกรณี รวมถึงการใช้จินตนาการเปรียบเสมือน ตนเองกำลังเผชิญหน้ากับปัญหาเหล่านั้น (I1) ตามลำดับ

องค์ประกอบหลักที่ 7 ด้านความเสมอภาค (Equality) ปรากฏผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน แสดงในแผนภาพที่ 26



ภาพที่ 26 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย องค์ประกอบหลักที่ 7 ด้านความเสมอภาค (Equality)

ตารางที่ 54 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบหลักที่ 7 ด้านความเสมอภาค (Equality)

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	0.35	-
df	-	2	-
p-value	$p > 0.05$	0.11	-
χ^2 / df	$\chi^2 / df < 2$	1.59	ผ่านเกณฑ์
CFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.99	ผ่านเกณฑ์
GFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.99	ผ่านเกณฑ์
AGFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.97	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	ค่าเข้าใกล้ 0	0.00	ผ่านเกณฑ์
KMO	ค่ามากกว่า 0.05	0.92	ผ่านเกณฑ์
Bartlett's Test	ค่าน้อยกว่า 0.05	0.00	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 54 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลักที่ 7 ด้านความเสมอภาค (Equality) ข้อมูลพบว่าค่าไค-สแควร์ (Chi-Square) มีค่า 3.19 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p\text{-value} = 0.11$ ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (Chi-Square/df) = 1.59 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพันธ์ (CFI) = 0.99 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) = 0.99 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) = 0.97 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณ (RMSEA) = 0.000 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 55 แสดงสรุปองค์ประกอบหลักด้านความเสมอภาค (Equality)

องค์ประกอบหลักด้านความเสมอภาค	องค์ประกอบภายใน	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ลำดับความสำคัญ	ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ AVE	ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด CR
EQ	E1	0.78	3	0.53	0.93
	E2	0.79	2		
	E3	0.85	1		
	E4	0.42	4		

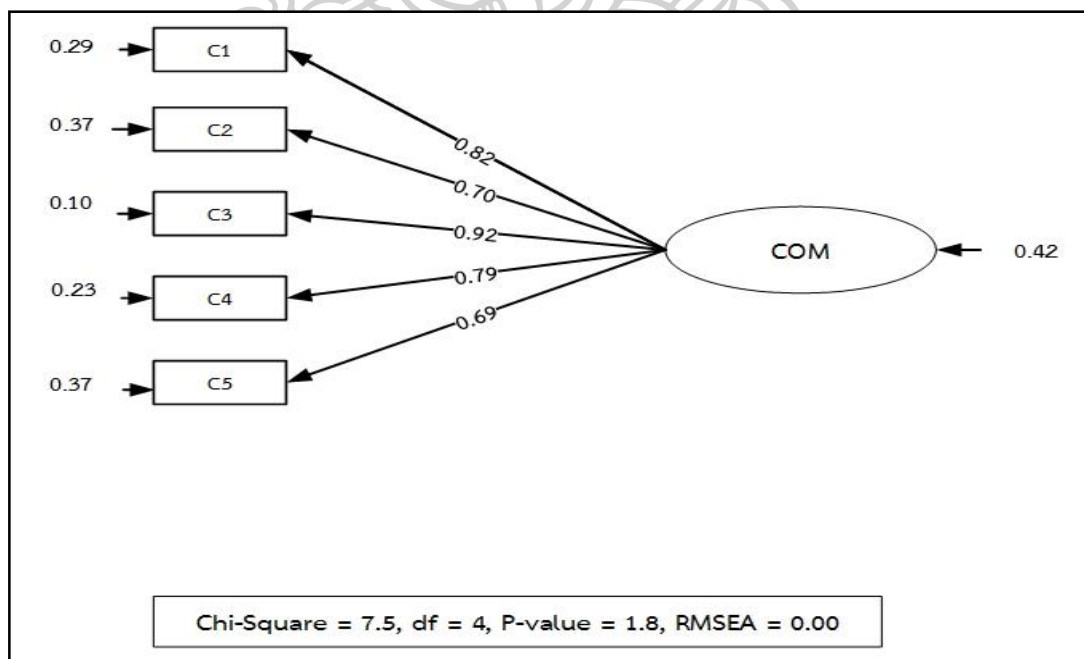
จากภาพที่ 26 และตารางที่ 55 พบว่า องค์ประกอบย่อยด้านการให้สิทธิผู้รับบริการในการเช็คอิน-เช็คเอาท์ตามความเหมาะสมเป็นรายบุคคล เช่น กรณีที่ผู้รับบริการมาก่อนเวลา หรือกรณีที่ผู้รับบริการต้องออกเดินทางในช่วงเวลากลางวัน อย่างกระทันหัน (E1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.78 องค์ประกอบการจัดลำดับการให้บริการตามระยะเวลาของผู้รับบริการก่อน-หลัง โดยไม่มีการลัดคิวหรือแซงคิวโดยเด็ดขาด ไม่ว่าจะเป็นผู้รับบริการกลุ่มใดหรือสัญชาติใดก็ตาม (E2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.79 องค์ประกอบย่อยด้านการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักและจุด บริการต่างๆ ของโรงแรมให้เพียงพอต่อจำนวนผู้รับบริการทุกคน เช่น ปริมาณอาหาร อุปกรณ์กีฬาและนันทนาการ (E3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.85 องค์ประกอบย่อยด้านการชดเชยการบริการเป็นมูลค่าเงินสดตามจำนวนจริง รวมถึงการมอบสิ่งตอบแทนอื่นๆ เมื่อการบริการไม่เป็นไป ตามเงื่อนไขที่ทางโรงแรมได้แจ้งเอาไว้ เช่น ภายในห้องพักชำรุดและห้องพักเต็ม ไม่สามารถเปลี่ยนทดแทนได้ หรือ ประสานงานห้องพักไปยังโรงแรมอื่นๆ ในบริเวณใกล้เคียง หรือเทียบเท่า (E4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.42

องค์ประกอบย่อยแต่ละด้าน ซึ่งเป็นค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.4 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2010) และพบว่าค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ขององค์ประกอบหลักด้านความเสมอภาค มีค่าเท่ากับ 0.53 แสดงว่ามีความเหมาะสม ($AVE \geq 0.40$) (Fornell and Larcker, 1981; Hair et al., 2010) จากการพิจารณาค่าสถิติของ

องค์ประกอบหลักด้านเสมอภาค ความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 0.87 แสดงว่ามีความเหมาะสม ($CR \geq 0.70$) (Bagozzi and Yi, 1988; Hair et al., 2010) ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรทั้งหมดของด้านความเสมอภาค มีความเชื่อถือได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

การตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบหลักด้านความเสมอภาค (Equality) จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าองค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ องค์ประกอบย่อยด้านการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักและจุดบริการต่างๆ ของโรงแรมให้เพียงพอต่อจำนวนผู้รับบริการทุก คน เช่น ปริมาณอาหาร อุปกรณ์กีฬาและนันทนาการ (E3) รองลงมาได้แก่ องค์ประกอบการจัดลำดับการให้บริการตามระยะเวลาของผู้รับบริการ ก่อน-หลัง โดยไม่มีการลัดคิวหรือแซงคิวโดยเด็ดขาด ไม่วาจะเป็นผู้รับบริการกลุ่มใดหรือสัญชาติใดก็ตาม (E2) ลำดับที่สามองค์ประกอบย่อยด้านการให้สิทธิผู้รับบริการในการเช็คอิน-เช็คเอาท์ตามความเหมาะสมเป็นรายบุคคล เช่น กรณีที่ผู้รับบริการมาก่อนเวลา หรือ กรณีที่ผู้รับบริการต้องออกเดินทางในช่วงเวลา กลางคืน อย่างกระทันหัน (E1) และลำดับที่สี่ องค์ประกอบย่อยด้านการชดเชยการบริการเป็นมูลค่าเงินสดตามจำนวนจริง รวมถึงการมอบสิ่งตอบแทนอื่นๆ เมื่อการบริการไม่เป็นไป ตามเงื่อนไขที่ทางโรงแรมได้แจ้งเอาไว้ เช่น ภายในห้องพัก ชำรุดและห้องพักเต็ม ไม่สามารถเปลี่ยนได้ทดแทนได้ หรือ ประสานงานห้องพักไปยังโรงแรมอื่นๆ ในบริเวณใกล้เคียง หรือเทียบเท่า (E4) ตามลำดับ

องค์ประกอบหลักที่ 8 ด้านการยกย่องให้เกียรติ (Commendation) ปรากฏผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน แสดงในแผนภาพที่ 27



ภาพที่ 27 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย องค์ประกอบหลักที่ 8 ด้านการยกย่องให้เกียรติ (Commendation)

ตารางที่ 56 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบหลักที่ 8 ด้านการยกย่องให้เกียรติ (Commendation)

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	7.5	-
df	-	4	-
p-value	$p > 0.05$	0.11	-
χ^2 / df	$\chi^2 / df < 2$	1.8	ผ่านเกณฑ์
CFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.99	ผ่านเกณฑ์
GFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.99	ผ่านเกณฑ์
AGFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.97	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	ค่าเข้าใกล้ 0	0.00	ผ่านเกณฑ์
KMO	ค่ามากกว่า 0.05	0.92	ผ่านเกณฑ์
Bartlett's Test	ค่าน้อยกว่า 0.05	0.00	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 56 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลักที่ 8 ด้านการยกย่องให้เกียรติ (Commendation) ข้อมูลพบว่าค่าไค-สแควร์ (Chi-Square) มีค่า 7.5 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p\text{-value} = 0.11$ ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (Chi-Square / df) = 1.8 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพันธ์ (CFI) = 0.99 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) = 0.99 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) = 0.97 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณ (RMSEA) = 0.000 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 57 แสดงสรุปรองค์ประกอบหลักด้านการยกย่องให้เกียรติ (Commendation)

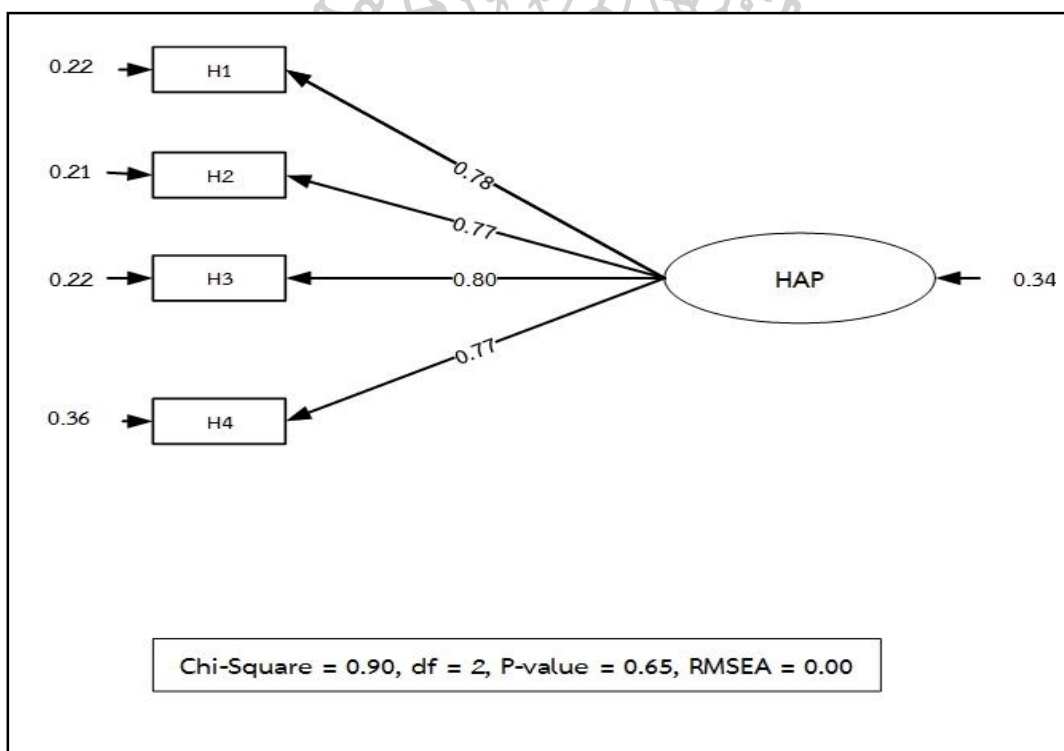
องค์ประกอบ ด้าน การยกย่องให้ เกียรติ	องค์ประกอบ ภายใน	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ลำดับ ความสำคัญ	ค่าความ แปรปรวน เฉลี่ยที่สกัดได้ AVE	ค่าความ เชื่อมั่น ของแบบ วัด CR
COM	C1	0.82	2	0.62	0.93
	C2	0.70	4		
	C3	0.92	1		
	C4	0.79	3		
	C5	0.69	5		

จากภาพที่ 27 และตารางที่ 57 พบว่า องค์ประกอบย่อยด้านการไม่สัมผัสร่างกายของผู้รับบริการทุกสัญชาติในทุกกรณี และการรักษาระยะห่างระหว่างปฏิบัติหน้าที่อย่างเหมาะสมระหว่างผู้รับบริการและผู้ให้บริการ (C1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.82 การยกมือไหวสวัสดี ทักทายและ สนทนาเป็นภาษาต่างประเทศต่างๆ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน เป็นต้น (C2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.70 องค์ประกอบย่อยด้านการไม่เข้าไปในห้องพักและการไม่เคลื่อนย้ายสัมภาระหรือสัมผัสิ่งของต่างๆ ของผู้รับบริการจนจะได้รับอนุญาต (C3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.92 องค์ประกอบย่อยการจัดสรรความเรียบร้อยของห้องพักและการป้องกันความปลอดภัยโดยไม่อนุญาตให้ผู้ที่ไม่มีส่วนเกี่ยวกับผู้รับบริการ เข้าไปในบริเวณดังกล่าวโดยเด็ดขาด (C4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.79 องค์ประกอบย่อยด้านการไม่แสดงออกซึ่งทาทาทางหรือกิริยาต่างๆ ที่สื่อถึงความสนิท สนมกับผู้รับบริการจนเกินไป เช่น ห้ามแซวหรือหยอกล้อ ผู้รับบริการ (C5) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.69

องค์ประกอบย่อยแต่ละด้าน ซึ่งเป็นค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.4 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2010) และพบว่าค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ขององค์ประกอบหลักด้านความหลักก่อน มีค่าเท่ากับ 0.62 แสดงว่ามีความเหมาะสม (AVE \geq 0.40) (Fornell and Larcker, 1981; Hair et al., 2010) จากการพิจารณาค่าสถิติขององค์ประกอบหลักด้านการยกย่องให้เกียรติ ความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 0.93 แสดงว่ามีความเหมาะสม (CR \geq 0.70) (Bagozzi and Yi, 1988; Hair et al., 2010) ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรทั้งหมดของด้านการยกย่องให้เกียรติ มีความเชื่อถือได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

การตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบหลักด้านการยกย่องให้เกียรติ (Commendation) จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าองค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ องค์ประกอบย่อยการไม่เข้าไปในห้องพักและการไม่เคลื่อนย้ายสัมภาระหรือ สัมผัสสิ่งของต่างๆ ของผู้รับบริการจนได้รับอนุญาต (C3) รองลงมาได้แก่ องค์ประกอบย่อยการไม่สัมผัสร่างกายของผู้รับบริการทุกสัญชาติในทุกกรณี และการรักษาระยะห่างระหว่างปฏิบัติหน้าที่อย่างเหมาะสม ระหว่างผู้รับบริการและผู้ให้บริการ (C1) ลำดับที่สาม องค์ประกอบย่อยด้านการจัดสรรความเรียบร้อยของห้องพักและการป้องกันความปลอดภัย โดยไม่อนุญาตให้ผู้ที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้รับบริการเข้าไปในบริเวณดังกล่าวโดยเด็ดขาด (C4) ลำดับที่สี่ องค์ประกอบย่อยด้านการยกมือไหวสวัสดี ทักทายและสนทนาเป็นภาษาต่างประเทศต่างๆ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน เป็นต้น (C2) และลำดับที่ห้า องค์ประกอบย่อย การไม่แสดงออกซึ่งท่าทางหรือกิริยาต่างๆ ที่สื่อถึงความสนิทสนมกับผู้รับบริการจนเกินไป เช่น หามแขนหรือหยอกล้อ ผู้รับบริการ (C5) ตามลำดับ

องค์ประกอบหลักที่ 9 ด้านการสร้างความสุข (Happiness) ปรากฏผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน แสดงในแผนภาพที่ 28



ภาพที่ 28 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรม ประเภทบูติคของประเทศไทย องค์ประกอบหลักที่ 9 ด้านการสร้างความสุข (Happiness)

ตารางที่ 58 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลักที่ 9 ด้านการสร้างความสุข (Happiness)

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	7.5	-
df	-	4	-
p-value	$p > 0.05$	0.11	-
χ^2 / df	$\chi^2 / df < 2$	1.8	ผ่านเกณฑ์
CFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.99	ผ่านเกณฑ์
GFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.99	ผ่านเกณฑ์
AGFI	ค่าเข้าใกล้ 1	0.97	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	ค่าเข้าใกล้ 0	0.00	ผ่านเกณฑ์
KMO	ค่ามากกว่า 0.05	0.92	ผ่านเกณฑ์
Bartlett's Test	ค่าน้อยกว่า 0.05	0.00	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 58 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลักที่ 9 ด้านการสร้างความสุข (Happiness) ข้อมูลพบว่าค่าไค-สแควร์ (Chi-Square) มีค่า 7.5 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p\text{-value} = 0.11$ ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Chi-Square /df) = 1.8 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) = 0.99 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) = 0.99 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) = 0.97 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณ (RMSEA) = 0.000 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 59 แสดงผลการสรุปองค์ประกอบดานการสร้างความสุข (Happiness)

องค์ประกอบหลัก ดานการสร้าง ความสุข	องค์ประกอบ ภายใน	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ลำดับ ความสำคัญ	ค่าความ แปรปรวน เฉลี่ยที่สกัดได้ AVE	ค่าความ เชื่อมั่น ของแบบ วัด CR
HAP	H1	0.78	2	0.60	0.92
	H2	0.77	3		
	H3	0.80	1		
	H4	0.77	3		

จากภาพที่ 28 และตารางที่ 59 พบว่า องค์ประกอบย่อยด้านการส่งมอบบริการต้อนรับที่พิเศษตั้งแต่วินาทีแรกที่พบเจอ ผู้รับบริการ เช่น การบริการเครื่องดื่มต้อนรับ (Welcome Drink) การมอบพวงมาลัยแก่ผู้รับบริการ เป็นต้น (H1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.78 องค์ประกอบย่อยด้าน การยกมือไหวสวัสดีทักทายและสนทนาเป็นภาษาต่างประเทศต่างๆ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน เป็นต้น (H2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.77 องค์ประกอบย่อยด้านการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมภายในโรงแรมแก่ ผู้รับบริการ เช่น การบริการจักรยาน รถมินิบัสรับ-ส่ง อุปกรณ์กีฬาทางน้ำ รถเข็นสำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุ เป็นต้น (H3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.80 องค์ประกอบย่อยด้านการมอบการบริการและชุดของที่ระลึกสุดพิเศษแก่กลุ่ม ผู้รับบริการคนสำคัญตามโอกาส เช่น การมอบขนมเค้กในวัน คล้ายวันเกิดรวมกับการร้องเพลงอวยพร การมอบของที่ระลึกกับผู้รับบริการในวันฉลองมงคลสมรส เป็นต้น (H4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.77 องค์ประกอบย่อยแต่ละด้าน ซึ่งเป็นค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.4 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2010) และพบว่าค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ขององค์ประกอบหลักด้านความรู้ มีค่าเท่ากับ 0.60 แสดงว่ามีความเหมาะสม ($AVE \geq 0.40$) (Fornell and Larcker, 1981; Hair et al., 2010) จากการพิจารณาค่าสถิติของ องค์ประกอบหลักด้านความรู้ ความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 0.92 จัดว่ามีความเหมาะสม ($CR \geq 0.70$) (Bagozzi and Yi, 1988; Hair et al., 2010) ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรทั้งหมดของด้านความรู้ มีความเชื่อถือได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

การตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบหลักด้านการสร้างความสุข (Happiness) จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าองค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ องค์ประกอบย่อยด้านการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมภายในโรงแรมแก่ ผู้รับบริการ เช่น การบริการจักรยาน รถมินิบัสรับ-ส่ง อุปกรณ์กีฬาทางน้ำ รถเข็นสำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุ เป็นต้น (H3) รองลงมาได้แก่ พบว่า องค์ประกอบย่อยด้านการส่งมอบบริการต้อนรับที่พิเศษตั้งแต่วินาทีแรกที่พบเจอ ผู้รับบริการ เช่น การบริการเครื่องดื่มต้อนรับ (Welcome Drink) การมอบพวงมาลัย

แก่ผู้รับบริการ เปนตน (H1) และ ลำดับที่สามองค์ประกอบย่อย ด้านการยกมือไหวสวัสดีทักทายและสนทนา เป็นภาษาต่างประเทศต่างๆ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน เปนตน (H2) ซึ่งมีค่าเท่ากับองค์ประกอบย่อยด้านการมอบการบริการและชุดของที่ระลึกสุดพิเศษแก่กลุ่มผู้รับบริการคนสำคัญตามโอกาส เช่น การมอบขนมเค้กในวัน คล้ายวันเกิดรวมกับการร้องเพลงอวยพร การมอบของที่ ระลึกกับผู้รับบริการในวันฉลองมงคลสมรส เปนตน (H4) ตามลำดับ

จากนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดประชุมกลุ่มเพื่อจัดทำคู่มือตามองค์ประกอบความเอาใจใส่ในการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทยผ่านวิธีวิทยาการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จากกลุ่มผู้ประกอบหรือผู้จัดการโรงแรมประเภทบูติคจำนวน 7 คน ที่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการโรงแรมประเภทบูติคไม่น้อยกว่า 5 ปี รวมถึงหน่วยภาครัฐบาลที่มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวของประเทศไทย ตลอดจนนักวิชาการจำนวน 4 คน รวมทั้งหมดเป็น 12 คน ดังตารางที่ 60

ตาราง 60 แสดงรายละเอียดของผู้เข้าร่วมงานสนทนากลุ่ม

	ตำแหน่งงานและสถานประกอบการ	นามสมมุติ
1	นายกสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยว	ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 1
2	ผู้ประกอบการรอยัลรีเวอร์แควรีรีสอร์ท แอนสปา	ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 2
3	ผู้จัดการรอยัลรีเวอร์แควรีรีสอร์ทแอนสปา	ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 3
4	ผู้จัดการยูอินจันที กาญจนบุรี	ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 4
5	ผู้ประกอบการมายารีรีสอร์ท	ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 5
6	ผู้ประกอบการเดอะเจอร์นี เฮ้าส์ รีสอร์ท	ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 6
7	ผู้ประกอบการไวโรน่ารีสอร์ท	ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 7
8	ผู้ประกอบการภูไพรเลค รีสอร์ท	ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 8
9	ผู้ประกอบการแบมบูเฮ้าท์รีสอร์ท	ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 9
10	อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ	ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 10
11	อาจารย์ประจำคณะประจำสาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร	ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 11
12	นักวิชาการจากกระทรวงศึกษาธิการ	ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 12

จากตารางที่ 60 แสดงการอธิบายจำนวนผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มครั้งนี้เป็นการทดสอบซ้ำ เพื่อใช้สรุปแนวโน้มองค์ประกอบความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อประยุกต์ใช้ในคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของไทย โดยพิจารณาองค์ประกอบโดยรวมทั้งหมดของแต่ละด้านอีกครั้ง พร้อมกับการนำเสนอประเด็นที่จะใช้ให้เกิดความเหมาะสมกับคู่มือซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ด้านความต้องการความรู้ (Need Knowledge)

จากการถอดบทสนทนาพบว่า พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคจะสามารถพัฒนาทักษะการให้บริการที่เป็นมืออาชีพได้จะต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจในภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายภายในฝ่ายหรือแผนก รวมถึงแผนกต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสายงานของตนเอง เนื่องจากโรงแรมประเภทบูติคบางแห่งมีอัตรากำลังคนน้อย จึงต้องอาศัยพนักงานบริการที่สามารถปฏิบัติงานหลากหลายหน้าที่ในเวลาเดียว ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“ของพี่ มันอาจจะต่างกับที่อื่นตรงที่คนหนึ่งที่ทำหลายอย่าง ต้อนรับได้ แม่บ้านก็ต้องได้ ปูเตียงได้ ล้างห้องน้ำ บางมือก็ต้องทำอาหารด้วยค่ะ ด้วยของที่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก คนไม่เยอะมากเลยต้องเตรียมไว้หลายอย่าง” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 8, 2560)

ในขณะที่ความต้องการความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของสถานประกอบการแต่ละแห่ง รูปแบบของสินค้าและบริการในแต่ละแผนก กิจกรรมส่งเสริมการขายในช่วงฤดูกาลต่างๆ สามารถนำไปถ่ายทอดร่วมกับการอธิบายลักษณะของสินค้าและบริการต่างๆ ของแต่ละแผนกให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้รับบริการของโรงแรมประเภทบูติคมาจากหลากหลายภูมิภาค จึงมีความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“บางที่แขกมาช่วงลอยกระทง ถ้าเรามีโปรโมชันใหม่ๆ พนักงานควรบอกได้ว่ามีกิจกรรมอะไร ราคาพิเศษของห้องพักราคาไม่เท่ากัน พนักงานก็ควรที่จะแนะนำโดยเฉพาะไฮซีซั่น ราคาที่เพิ่มขึ้น หรือใช้อะไรพิเศษลดได้ต้องสามารถถูกคำให้ทราบล่วงหน้าก่อน ส่วนจะรับได้ไม่ได้ก็อีกเรื่องหนึ่ง” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 3, 2560)

อีกทั้งพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกับทำเลที่ตั้งของโรงแรม พร้อมกับการสร้างประสบการณ์ที่ให้ผู้รับบริการสามารถเข้าไปเรียนรู้ภายในแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง เพื่อเกิดความรู้ความเข้าใจในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท รวมถึงแหล่งบริการที่อยู่ในบริการใกล้เคียง โดยพนักงานที่ได้รับประสบการณ์การเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวมาก่อนล่วงหน้า จะสามารถถ่ายทอดข้อมูลที่มีประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวในแต่ละสถานที่ ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“ตอนนี้กระแสโลกอล เอ็กซ์พีเรียน กำลังมาแรงนะค่ะ ของพี่เองก็ต้องออกแบบกิจกรรมกินรู้อยู่กับชุมชน ไม่ต้องสร้างอะไรให้มันยากหรือไปในที่ไกลๆ เอาแค่ถนนคนเดินก็ได้ รู้ว่าอะไรอยู่ตรง ร้านกินอร่อย อาหารของที่นี่สามารถแนะนำเข้าไปได้ พนักงาน

ควรเคยไปมาด้วยจะได้รู้ว่าอะไรอยู่ไหนสามารถนำเสนอได้เหมือนอยู่ในเหตุการณ์นั้น”
(ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 6, 2560)

สำหรับการให้ความสำคัญกับความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยของพนักงานบริการ ซึ่งจะต้องมาควบคู่การพัฒนาความรู้ในด้านของทักษะภาษาอังกฤษในระดับที่สามารถสื่อสารกับผู้รับบริการชาวต่างชาติได้ประจำวัน มุ่งเน้นการใช้โครงสร้างประโยค หรือบทสนทนาที่ไม่ซับซ้อนมากนัก พนักงานจะต้องสามารถเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว เพื่อความสะดวกในการนำไปใช้ได้ สถานการณ์จริง ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“ภาษาอังกฤษใช้เวลาเรียนมาทั้งชีวิต พอไม่ได้ใช้จริงก็มีลืมกันไป ของที่โรงแรมก็ไม่รู้ว่าพูดกันถูกผิดมากน้อยแค่ไหน แต่เอาแค่ให้พอเข้าใจสื่อสารได้สำหรับทุกคนก็คงจะดี ใช้เป็นเลยเขียนเลยขึ้นต้นทักทาย ลงท้ายขอบคุณต้องพูดอะไรบ้าง” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 7, 2560)

ตามที่ได้กล่าวมาความต้องการความรู้ของพนักงานโรงแรมประเภทบูติกควรให้ความสำคัญกับภาระหน้าที่ของตนเองตามฝ่ายหรือแผนก รวมถึงรายละเอียดของสินค้าและบริการของโรงแรม ซึ่งเป็นความรู้พื้นฐานที่พนักงานบริการจะต้องเรียนรู้ เพื่อช่วยในการสนับสนุนทักษะการปฏิบัติหน้าที่อย่างถูกต้อง จากนั้นพนักงานบริการต้องเรียนรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมในแต่ละภูมิภาคที่ความคาดหวังที่แตกต่างกันไปตามพื้นฐานทางอารยธรรมในแต่ละภูมิภาค การเตรียมความพร้อมด้านความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้รับบริการ ตลอดจนการส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม และการใช้ทักษะภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษาสากลสำหรับสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

การตัดสินใจ (Decision Making)

จากการถอดบทสนทนาพบว่า พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกสามารถใช้การคิดวิเคราะห์ตัดสินใจได้อย่างมีเหตุผล จากการนำเอาข้อมูลร่วมกับความรู้พื้นฐานการสถานศึกษาเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นภายในโรงแรม ซึ่งจะต้องพิจารณาจากประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน มีส่วนช่วยสนับสนุนทักษะทางการคิดวิเคราะห์ โดยเฉพาะการพิจารณาจากความเป็นไปได้ของกฎระเบียบที่กำหนดเอาไว้ให้เหมาะสมกับจำนวนผู้ใช้บริการในแต่ละครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“การรับงานมา 1 งาน ต้องว่ามีคนมากี่คน ต้องการแบบไหน คนที่ทำงานมานานเห็นนิดหน่อยก็พอจะเดาขั้นตอนต่อไปได้แล้วว่าต้องเอาอะไรมารับรอง แต่พวกนี้ ก็ฝึกกันได้ต้องเขาได้เห็นได้ลองบ่อยๆ ให้เขาได้ลองทำลองคิดเอง” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 3, 2560)

ในบางสถานการณ์ประกอบกับมุมมองส่วนบุคคลที่สะท้อนให้ว่า การตัดสินใจเป็นสิ่งที่จะต้องอาศัยระยะเวลาในการฝึกฝน ซึ่งต้องมีเพื่อนร่วมหรือผู้บังคับบัญชาคอยให้คำแนะนำในระหว่างการปฏิบัติหน้าที่ หากพบเจอกับปัญหาที่ยากต่อการตัดสินใจของพนักงานบริการรายใหม่ขององค์กร สามารถติดต่อขอความช่วยเหลือเพื่อให้เกิดอย่างรวดเร็ว รวมถึงยังเป็นการเผื่อระวังปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจกับผู้รับบริการ ช่วยลดระยะเวลาการรอคอยการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนา ดังนี้

“แขกคนสำคัญบางครั้งทั้งกันไม่ได้ แต่บางช่วงก็ต้องปล่อยให้เขาคิดกัน ไม่ไหวเมื่อไหร่ เราสามารถส่งคนเข้าประกบได้ช่วยเขาได้ทัน บางทีก็ต้องดูเวลาด้วยลูกค้ายาวนานหรือยัง ถ้ารอานแล้วค่อยฝึกทีหลังเอาลูกค้ายี่มาก่อน” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 6, 2560)

ตามที่ได้กล่าวมาการตัดสินใจเป็นมุมมองที่พนักงานบริการสามารถใช้สำหรับการแก้ไขปัญหาภายในโรงแรมประเภทบูติคผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ จากการเชื่อมโยงข้อมูลต่างๆ ที่ค้นพบในแต่ละวัน เพื่อสร้างแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจนไม่ขัดแย้งกับนโยบายขององค์กร สามารถจัดสรรทรัพยากรให้เพียงพอต่อจำนวนสมาชิก นอกจากนี้ พนักงานบริการที่มีการฝึกฝนทักษะการตัดสินใจอย่างสม่ำเสมอ จะสามารถพัฒนาการคิดเชิงสร้างสรรค์รูปแบบงานบริการที่แปลกใหม่ได้ในอนาคต

ความจำ (Memory)

จากการถอดบทสนทนาพบว่า พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคสามารถพัฒนาความรู้ความเข้าใจ เพื่อสนับสนุนให้พนักงานบริการมีทักษะการตัดสินใจได้ดีมากยิ่งขึ้น สิ่งสำคัญประการแรกที่สามารถจดจำรายละเอียดของข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปที่ปรากฏในเอกสารการสำรองห้องพัก รวมถึงบัตรประจำตัวประชาชน เช่น ชื่อ-นามสกุล วันเดือนปีเกิด ภูมิลำเนา ศาสนา สัญชาติ เป็นต้น โดยเฉพาะกลุ่มผู้รับบริการที่เดินทางมาใช้บริการอยู่เป็นประจำ เนื่องด้วยทักษะการจดจำของพนักงานบริการที่ไม่เท่ากัน จึงจะต้องเลือกจดจำเพียง 1-2 รายการเท่านั้น อีกทั้งการจดจำแต่ละครั้งจะเกิดความสอดคล้องกับลักษณะรูปร่าง อริยบทของผู้รับบริการ สามารถเรียกกล่าวทักทายชื่อจริงของผู้รับบริการได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนา ดังนี้

“เด็กแต่ละคนการจำการรับรู้ที่ต่างกัน เขาไม่เท่ากันกับเพื่อนคนอื่น บางทีผมว่าเราให้จำหลักๆ ได้เลย คือ ชื่อ จะจำให้การจดความคิดกับรูปร่างของเขา ชาว สูง ผอม เป็นลักษณะที่จะต้องเลือกสะตอกที่จะจำ ขอให้จำได้เป็นพอ เรียกชื่อไม่ได้ก็ คุณ เอาไว้ก่อนปลอดภัย” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 9, 2560)

ในขณะที่เดียวกันพนักงานบริการของโรงแรมประเภทบูติคบางแห่งได้ให้ความสำคัญกับการจดจำรายละเอียดของจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาเข้าพักในแต่ละครั้ง โดยเฉพาะครอบครัวของผู้รับบริการที่มีบุตรหลานอายุน้อย รวมถึงกลุ่มผู้รับบริการที่เดินทางมาพร้อมกับผู้สูงอายุ

ซึ่งสมาชิกทั้ง 2 ช่วงอายุ ทางโรงแรมจะต้องให้ความสำคัญกับการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ตลอดจนการจัดสรรรายการอาหารในแต่ละมื้อให้มีความเหมาะสม เป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมให้พนักงานบริการมีทักษะการช่างสังเกตอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งยังจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยในระหว่างที่ผู้รับบริการทำกิจกรรมต่างๆ ภายในโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“ขอเพิ่มในส่วนตรงนี้คะ การจดจำของที่โรงแรมอาจจะต้องคอยดูว่าลูกค้ามากับใคร การจำคนในครอบครัวได้ จะช่วยเพิ่มเสน่ห์ อาจตั้งคำถามว่า คุณยายไปไหนคะ ลูกคาก็อาจจะดีใจ อู๋จำได้ด้วย โดยเฉพาะเด็ก คนแก่ เป็นหน้าที่เราเหมือนกัน เพราะวัยแบบนี้เขาช่วยเหลือตัวเองลำบาก พนักงานก็เป็นหูเป็นตาให้” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 7, 2560)

อย่างไรก็ตามทักษะการจดจำของพนักงานบริการมีความเกี่ยวข้องกับการค้นหาข้อมูลของผู้รับบริการเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำเข้าสู่การจดจำรายละเอียดของความคาดหวัง และการใช้ในการสนับสนุนการตัดสินใจได้อย่างถูกต้องในระหว่างการปฏิบัติหน้าที่ โดยพนักงานบริการสามารถค้นหาคำร้องขอบริการพิเศษที่เกี่ยวข้องกับทางโรงแรมจากระบบทะเบียน หรือช่องทางที่ผู้รับบริการได้แสดงความคิดเห็นเอาไว้ ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“ผมเห็นด้วยนะ มันเป็นที่คุ้นไปได้เลยครับอาจารย์ บางทีการอ่านข้อความแล้วต้องจำทันทีว่า แยกต้องการแบบนี้ โรงแรมจะเตรียมได้ถูก แยกไม่กินเผ็ด หรือกินเนื้อวัวไม่ได้ กินผักไม่เป็น ทางแม่ครัวจะเตรียมให้พร้อม ช้อเห็นพวกนี้ จะอยู่ในรีเมคพิเศษตอนจองก็จะมีบ้างที่แยกมาสั่งด้านหน้าเคาเตอร์ ต้องรีบจดเอาไว้แล้วแจ้งต่อ” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 4, 2560)

นอกจากนี้ การเฝ้าสังเกตพฤติกรรมของผู้รับบริการยังสามารถนำมาใช้เป็นส่วนสนับสนุนความจำให้มีรายละเอียดที่ชัดเจนเพิ่มมากขึ้น ผู้รับบริการจะมีปฏิริยาการตอบสนองต่อความถนัดที่คุ้นเคยในชีวิตประจำวัน พร้อมกับการจดจำรายละเอียดของกิจวัตรประจำวันของผู้รับบริการตลอดระยะเวลาที่เข้าพักในโรงแรม และขอบเขตพื้นที่ที่ผู้รับบริการเข้าร่วมกิจกรรมพักผ่อน สามารถนำรายละเอียดที่แสดงออกถึงการทำซ้ำของพฤติกรรมผู้รับบริการ เพื่อเตรียมความพร้อมในการนำเสนอสำหรับการใช้บริการในครั้งต่อไป

“เล็กๆ น้อยๆ สำหรับคนช่างสังเกต มันก็อย่างที่ท่านว่าแหละครับ ถ้าคนนำเป็นถนัดจำจำได้ดีทุกอย่างมันจะง่าย แต่พนักงานทั่วไปคนอื่นก็อาจจะต้องเฝ้าดูบ่อยๆ พักอยู่ชั้น 2 ห้องนี้ ขอบวายน้ำ ต้องมานั่งตรงทุกครั้งเลย ครั้งมาพอเดินมารู้แล้วต้องเอาอะไรมารอรับเพื่อเอาออกเอาใจ” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 2, 2560)

ตามที่ได้กล่าวมาความจำของพนักงานบริการจะต้องให้ความสำคัญกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับบริการ โดยคัดเลือกข้อมูลที่มีความสำคัญภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว พร้อมกับการจดจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางในแต่ละครั้ง ตลอดจนการใช้ทักษะการค้นหาข้อมูลของผู้รับบริการ

เพิ่มเติมจากช่องทางต่างๆ ที่มีความสะดวกสบายต่อการติดต่อสื่อสาร ซึ่งพนักงานบริการจะต้องนำข้อมูลที่ผ่านกระบวนการจดจำมาเข้าสู่การคิดวิเคราะห์วิธีการบริการและการปรับปรุงแก้ไขการบริการให้ดียิ่งขึ้น

ทัศนคติ (Attitude)

จากการถอดบทสนทนาพบว่า พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกสามารถใช้แนวคิดพื้นฐานส่วนบุคคลที่ตระหนักถึงความสำคัญของการปฏิบัติหน้าที่หรือภาระงานที่ได้รับมอบหมายที่มาพร้อมกับความเชื่อมั่นในวิสัยทัศน์ของผู้บริหารองค์กร เกิดความร่วมมือในการประสานงานร่วมกับผู้อื่นด้วยความเต็มใจ และการแสดงออกถึงความต้องการที่จะดูแลรักษาต้นทุนของกิจการในทุกช่วงเวลา ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“เป็นเรื่องยากนะครับ ถ้าจะพูดประเด็นนี้ พูดออกมาสวยหรูฟังดูดี แต่การแสดงผลจริงก็ไม่ว่าจะพัฒนาทัศนคติ เพราะมนุษย์ทุกคนมีถูกผิดดีเลว แต่ควรเริ่มก่อนจะต้องมองความรักในองค์กร ห่วงแหนงสิ่งของที่เข้าใช้งานอยู่ให้เหมือนกับของในบ้านตัวเอง เช่น การปิดแอร์ ปิดไฟ ช่วยทางโรงแรมประหยัดหน่อยก็คงจะดี” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 1, 2560)

การพัฒนาทัศนคติของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกสามารถเรียนรู้ได้จากผู้บังคับบัญชา ซึ่งคอยทำหน้าที่ในการกำกับดูแลการปฏิบัติงานอย่างใกล้ชิด พนักงานบริการจะเกิดการซึมซับแนวความคิดจากผู้บังคับบัญชาเกี่ยวกับเรื่องสิทธิเสรีภาพในการคบหาสมาคมและสิทธิในการเจรจาต่อรองกับผู้อื่น การไม่เลือกปฏิบัติแก่ผู้อื่นด้วยความไม่เท่าเทียม การกำหนดบทลงโทษแก่พนักงานบริการด้วยความเป็นธรรม การไม่นินทาว่าร้าย ตลอดจนการบริหารจัดการสวัสดิการและค่าตอบแทนต่างๆ ตามที่ได้กล่าวมาจะเห็นได้ว่า ผู้บังคับบัญชาจะต้องปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่พนักงานได้ยึดถือปฏิบัติตาม รวมถึงการเปิดโอกาสให้พนักงานบริการได้เรียนรู้จากบทเรียนของโรงแรมที่มีมาตรฐาน เพื่อช่วยส่งเสริมการรับรู้ของพนักงานบริการเกิดเป็นแรงบันดาลใจในการปฏิบัติงานโดยยึดถือหลักคุณธรรมจริยธรรมแก่ผู้รับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“การทำหน้าที่ของหัวหน้างาน ผมว่า คนสู่คน เป็นการเรียนรู้จากผู้อื่น การสร้างต้นแบบที่ดีให้กับพนักงานในโรงแรมครับ ไม่ใช่เป็นเรื่องใช้ชีวิตอย่างเดียวนะครับ แต่เป็นการทำงานดูเลยในแต่ละวัน พนักงานใหม่จะสามารถเรียนรู้ไปพร้อมกัน ท้ายที่สุดแล้วพนักงานที่ได้หัวหน้าดี เขาก็จะได้แบบอย่างแบบนั้นไป ส่วนที่โรงแรมที่ดีฉันทำ พี่ว่าการพาเด็กๆ เข้าไปดูงานโรงแรมดังในจังหวัด แอบดูหน่อยว่าพนักงานที่อื่นเขาบริการอย่างไร โรงแรมเขามีอะไรที่ต่างจากเราในทางที่ พี่เชื่อว่าตรงนี้ก็เหมือนกัน เป็นแรงบันดาลใจที่พวกเขาสามารถพัฒนาความคิดของเขาได้” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 8, 2560)

การเกิดทัศนคติที่ดีของพนักงานบริการสามารถส่งต่อรูปแบบการบริการที่มีคุณภาพแก่ผู้รับบริการทุกราย พร้อมกับมีความคิดในการให้อภัยเมื่อผู้รับบริการได้มีกระทำความผิดหรือความไม่เข้าใจในการบริการบางขั้นตอน ซึ่งในขณะเดียวกันสิ่งที่พนักงานบริการจะต้องมีจิตสำนึกสาธารณะ

ต่อการบำรุงรักษาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมภายในทำเลที่ตั้งของกิจการให้คงอยู่ หลีกเลี่ยงการสร้างมลพิษที่มาจากผลของการปฏิบัติงาน รวมถึงการแสดงความยินดีที่จะช่วยสังคมและชุมชนที่ได้มีการประสานความร่วมมือกับทางโรงแรมจากหน่วยงานจากภาครัฐบาลด้วยความเต็มใจ ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“คนโรงแรมยุคใหม่ ต้องเอาใจใส่สิ่งแวดล้อมด้วยคะ แท้จริงแล้วที่กำลังจะพูดถึง ยุทธศาสตร์ชาติฉบับที่แล้ว พี่ว่าไม่น่าจะสนใจแต่คนโรงแรมต้องช่วยกัน แยกขยะ บำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยทิ้งลงแม่น้ำ หรือแม้กระทั่งดูแลไม่แขกทิ้งขยะในพื้นที่สาธารณะ บางครั้งโรงแรมหรือพนักงานต้องใจกว้าง เวลาจังหวัดขอร้องอะไร ถ้าไม่ติดอะไรก็ไปช่วย หรือส่งคนไปให้ครบ” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 6, 2560)

ตามที่ได้กล่าวมาทัศนคติของพนักงานบริการต้องอาศัยระยะเวลาในการเรียนรู้จากหัวหน้าแผนกหรือผู้บังคับบัญชา รวมถึงการเดินทางไปเยี่ยมชมธุรกิจบริการอื่นแห่งอื่น เพื่อเกิดการกระบวนกรทางความคิดเกี่ยวกับการกำหนดแนวทางการให้บริการที่เหมาะสมกับผู้รับบริการ ตลอดจนการแสดงออกถึงความเอาใจใส่ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม การแสดงความอุทิศตนเพื่อให้ความช่วยเหลือชุมชนท้องถิ่น ทัศนคติของพนักงานบริการอาจมีพื้นฐานมาจากการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว และยังสามารพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปตามมุมมองจากประสบการณ์การใช้ชีวิตในแต่ละลำดับช่วงอายุ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการกำหนดเป้าหมายของชีวิตและความเจริญก้าวหน้าในสายอาชีพของตนเอง

การรับรู้ (Recognition)

จากการถอดบทสนทนาพบว่า พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกสามารถสร้างความรู้ความเข้าใจจากประสาทสัมผัสด้วยวิธีการรับฟังเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ซึ่งผู้รับบริการจะแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการด้วยระดับอารมณ์ที่แตกต่างกัน พนักงานบริการสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการส่งเสริมและปรับปรุงแก้ไขกระบวนการให้บริการให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ร่วมกับการจับใจความสำคัญเพื่อวิเคราะห์ปัญหาของผู้รับบริการ สิ่งสำคัญที่สุดสำหรับการรับฟังเรื่องราวจะต้องแสดงกิริยาที่มีความเหมาะสมกับกาลเทศะโดยการไม่มีข้อโต้แย้งในทุกกรณี ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“ทุกโรงแรมแหละครับ คงต้องสอนให้พนักงานทุกห้ามเถียงตอบกลับทันที ต้องให้แขกพูดให้หมดก่อน จับใจความให้ได้ว่าแขกต้องการอะไร บางทีแขกเขาแค่บ่นเฉยๆ แต่ไม่ได้หมายความว่า เขากำลังตำหนิการบริการของโรงแรม บางทีจะแค่หาเพื่อนคุยเท่านั้นก็ได้ เวลาฟังก็ต้องตั้งใจนะ สีหน้าแววตา ต้องมีความเป็นมิตรต่อผู้ฟัง” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 9, 2560)

หลังเสร็จสิ้นการตีความจากสิ่งที่ได้รับฟังความคิดเห็นจากผู้รับบริการ พนักงานบริการจะต้องจินตนาการทางอารมณ์เปรียบเสมือนตนเองกำลังเผชิญอยู่ในสถานการณ์เดียวกับผู้รับบริการ ในกรณีมีข้อสงสัยในข้อบกพร่องจากการให้บริการของทางโรงแรม รวมถึงความต้องการ

พิเศษเพิ่มเติม พนักงานบริการสามารถซักถามความคิดเห็นเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการให้มากยิ่งขึ้น สำหรับกรณีที่เป็นเรื่องราวส่วนบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องกับการบริการของทางโรงแรม พนักงานบริการควรรับฟังโดยไม่เสนอความคิดเห็นใดๆ ในทุกกรณี ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“ปัญหาของแขกแต่ละคนไม่เหมือนกัน พนักงานฟังได้แต่ต้องดูด้วยเรื่องอะไร เล่าเรื่องสามี่ ลูกเต๋าแบบนี้ พนักงานก็ฟังอย่างเดียวพยายามอย่าแสดงความคิดเห็น เพราะไม่ใช่ที่เราไม่ควรเข้าไปยุ่ง ต้องระวังคำพูดให้มาก แต่ถ้าเป็นการร้องขอบริการอะไรใหม่ที่อยากได้ เช่น ผ้าเช็ดตัวในห้องพักไม่เพียงพอ แต่พนักงานไม่มั่นใจเรื่องจำนวนสามารถสอบถามกลับไปก็ได้ ว่าต้องการกี่ผืน ให้ส่งห้องหมายเลขอะไร” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 6, 2560)

ตามที่ได้กล่าวมาการรับรู้ของพนักงานบริการเป็นการใช้ทักษะการฟังที่จะต้องใช้สมาธิในการจัดลำดับเนื้อหาให้ออกมาเป็นขั้นตอน เนื่องจากในระหว่างการสนทนาในแต่ละครั้งอาจมีสิ่งรบกวนจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่อาจส่งผลต่อการรับรู้ โดยพนักงานบริการต้องใช้ทักษะการวิเคราะห์ตัดสินใจเพื่อค้นหาสาเหตุของปัญหาที่แท้จริง โดยมีการควบกับกิจกรรมระหว่างการรับฟังด้วยความสุภาพเรียบร้อย จากนั้นพนักงานบริการสามารถนำเสนอความคิดเห็นที่แสดงออกถึงความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ ซึ่งจะต้องพิจารณาถึงจำนวนทรัพยากรภายในองค์กรและทักษะความสามารถของผู้ให้บริการ

การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction)

จากการถอดบทสนทนาพบว่า พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกสามารถสร้างรูปแบบการสื่อสารโต้ตอบกับผู้รับบริการด้วยวิธีการควบคุมระดับอารมณ์ของตนเอง ที่จะต้องไม่แสดงออกซึ่งความก้าวร้าวต่อผู้รับบริการ ที่กำลังนำเสนอข้อคิดเห็นที่สะท้อนความไม่พึงพอใจในกระบวนการให้บริการที่ได้รับ พร้อมกับการอ้างอิงข้อจำกัดทางการบริการที่อยู่บนพื้นฐานของกฎระเบียบทางโรงแรมให้ได้รับทราบอย่างชัดเจน ผลลัพธ์จากการควบคุมอารมณ์ของพนักงานบริการจะช่วยลดปัญหาจากการเผชิญหน้าและข้อร้องเรียนจากผู้รับบริการได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“พนักงานต้องฝึกฝนการแสดงสีหน้า การขมวดคิ้ว เป็นสิ่งที่ห้ามทำ แล้วก็การใช้น้ำเสียง เวลาคุยกับลูกค้า อย่าทำเหมือนตูดลูกค้า ถ้าเข้าไม่เข้าใจก็ต้องอธิบายดี อธิบายตามความเป็นจริงที่โรงแรมสามารถทำได้ ก่อนจะตบปากรับคำลูกค้าต้องมองก่อนว่าพร้อมไหม ถ้าไม่บอกไม่ต้องรับปาก เดี่ยวจะเสียความรู้สึกกันไปมากกว่านี้” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 4, 2560)

กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนของผู้รับบริการที่อยู่ในสภาวะความโกรธหรือไม่พึงพอใจโดยเลือกการแสดงออกมาในลักษณะของการโต้เถียง พนักงานบริการที่กำลังเผชิญหน้ากับปัญหาดังกล่าว จำเป็นต้องแสดงการยอมรับในกระบวนการบริการที่เกิดขึ้นพร้อมกับการกล่าวคำขอโทษแก่ผู้รับบริการทันที จากนั้นพนักงานบริการจะดำเนินการแจ้งปัญหาดังกล่าวไปยังผู้บังคับบัญชา

ได้รับทราบเพื่อนำกลับไปพิจารณา พร้อมกับการติดตามผลที่เกิดขึ้นและนำกลับมารายงานให้ผู้รับบริการทราบอีกครั้ง เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่กับการจัดการข้อร้องเรียนที่เกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“อารมณ์ทุกคน พี่ว่ามันก็สูงทั้งนั้นถ้าเขาไม่พอใจ โดยเฉพาะแขกฝรั่งเขาจะถามเรื่องนั้นซ้ำๆ จนกว่าจะได้คำตอบที่ต้องการ อย่างนี้อธิบายว่าโรงแรมมีระเบียบแบบนี้ เขาก็ยังคงถามแบบเดิม เพราะฝรั่งเขาต้องการเหตุผลอยู่แล้ว ถ้าเขาคิดแล้วสิ่งที่เกิดขึ้นเขาไม่ได้ทำอะไรผิดไป สิ่งเดียวที่จะทำได้ทันที คือ การซอร์รี่แล้วค่อยหาในสิ่งที่เขาต้องการให้เจอ หรือแจ้งกับต้นให้เข้ามาช่วยหาวิธี แต่ห้ามทิ้งปัญหาแล้วทำหุวนลม” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 1, 2560)

ในขณะที่การบริหารจัดการอารมณ์ของพนักงานบริการที่เข้ามาปฏิบัติหน้าที่น้อยกว่า 1 ปี มักพบเจอกับอุปสรรคในการควบคุมสถานการณ์ต่างๆ ที่ยากต่อการคาดเดาในแต่วัน หากพนักงานบริการถูกผู้รับบริการกล่าวหาว่ากระทำความผิดในระหว่างปฏิบัติหน้าที่ รวมถึงการบริการไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ วิธีการที่สามารถแก้ไขได้ดีที่สุดจำเป็นต้องประสานความร่วมมือกับพนักงานบริการที่มีอายุงานมากกว่าเข้ามาเจรจาต่อรอง เป็นแนวที่ใช้สำหรับการลดระดับอารมณ์ของผู้รับบริการที่มีต่อพนักงานบริการที่ปฏิบัติหน้าที่บกพร่อง อีกทั้งยังเป็นการสรรหาคนกลางเพื่อเข้ามารับรู้ในสถานการณ์ที่ยากต่อการควบคุมในลำดับต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“แขกอาจจะชอบคิดว่าน้องเขาพูดจาไม่เข้าหูไม่เข้าใจ ด้วยตัวตนของเขาบุคลิกภาพของเขาเป็นแบบนั้น คงแก้ยากมันต้องปรับหลายอย่าง บางทีแขกอาจจะเห็นแล้วแต่ไม่ชอบชี้หน้าก็มี ทำอะไรให้มาเสิร์ฟ ก็คอยจ้องจะวินไปข้างหนึ่ง แบบนี้ถ้าเข้าใจพนักงานควรมีการเปลี่ยนคนอื่นเข้าไปดูแลแทนเลย” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 9, 2560)

แนวทางการแก้ไขความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการที่เกิดขึ้น สำหรับโรงแรมบางแห่งมีความยินดีที่จะมีการมอบสิ่งตอบแทนพิเศษแก่ผู้รับบริการ เพื่อรักษาความสัมพันธ์ของผู้รับบริการรายเก่าให้ยาวนาน ดังนั้นพนักงานบริการจำเป็นต้องสรรหาสิ่งอำนวยความสะดวกหรือการบริการที่ใช้ชดเชยความรู้สึกของผู้รับบริการภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยสิ่งตอบแทนเหล่านี้จะต้องมีมูลค่าที่ไม่มากจนเกินไปและอยู่ในนโยบายของโรงแรมที่สามารถอนุญาตนำไปใช้ได้เป็นกรณีเฉพาะ ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“ที่เคยเจอก็มีค่ะ เวลาแขกมาแล้วเข้าพักไม่ได้ทางเราก็จะมีน้ำมีน้าคีมมะตูมหวานหวานให้ มีอาหารว่างให้ เพื่อประวิงเวลาจนกว่าแม่บ้านจะทำห้องให้เรียน ใน case ห้องอาหารก็มีตอนทำพิซซาอบนาน เพราะแม่ครัวลืมนั่งเวลา จะรีบขอโทษแขกก่อนแล้วเอาเฟรนพรายให้ทาน จากนั้นเราให้ฟรีค่ะ ไม่ต้องสั่งเสิร์ฟให้เลย เพราะมันเกิน 25 นาทีแล้ว” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 9, 2560)

ตามที่ได้กล่าวมาการโต้ตอบอารมณ์ของพนักงานบริการเป็นวิธีการรักษาความสัมพันธ์กับผู้รับบริการที่แสดงความไม่เข้าใจในเงื่อนไขของโรงแรมประเภทบูติก ในบางกรณีจะพบว่าปัญหาดังกล่าวอาจมีสาเหตุมาจากความไม่พร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการขาดทักษะความรู้ ความชำนาญในสายอาชีพของพนักงานบริการ ตลอดจนการตีความหมายจากการรับรู้ที่ผิดพลาดของผู้รับบริการเอง สิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นสามารถนำไปสู่การแสดงถึงความไม่พึงพอใจ จนกลายเป็นข้อร้องเรียนได้ทุกช่วงเวลา สำหรับพนักงานบริการที่มีประสบการณ์ทำงานในช่วงระยะเริ่มต้น อาจจะต้องเผชิญกับระดับอารมณ์ของผู้รับบริการที่ยากต่อการควบคุมสถานการณ์ให้เข้าสู่สภาวะปกติ โดยพนักงานบริการจะต้องสามารถควบคุมสภาวะทางอารมณ์ของตนเอง พร้อมกับการคัดเลือกวิธีการแก้ไขปัญหามีความเหมาะสมกับผู้รับบริการแบบรายบุคคล เพื่อลดข้อร้องเรียนที่อาจส่งผลกระทบต่อตนเองและภาพลักษณ์ขององค์กร

ความเสมอภาค (Equality)

จากการถอดบทสนทนาพบว่า พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกจะต้องแสดงออกซึ่งกระบวนการให้บริการแก่ผู้รับบริการทุกรายด้วยมาตรฐานเดียวกัน ทั้งในด้านของการจัดเตรียมพื้นที่หรือจุดให้บริการที่ให้ความพร้อม การจัดสรรจำนวนสิ่งอำนวยความสะดวก และกำหนดอัตราค่าสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการ เพื่อให้ผู้รับบริการได้รับรู้ถึงความเอาใจใส่โดยไม่เลือกปฏิบัติ หรือให้สิทธิพิเศษแก่ผู้รับบริการรายใดเป็นกรณีพิเศษ ซึ่งพนักงานบริการจะต้องให้ความสำคัญกับการจัดลำดับการให้บริการจากก่อน-หลังตามช่วงเวลาของผู้รับบริการเดินทางมาถึง หากกระบวนการบริการถูกออกแบบให้มีความเหมาะสม จะสนับสนุนให้ระยะเวลาการให้บริการแก่ผู้รับบริการแต่ละรายมีความรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“เหมือนที่อาจารย์อธิบายนั่นแหละค่ะ ไม่มีใครชอบถูกแซงคิวหรอก เวลาที่พี่ไปไหนแล้วมีคนลัดคิวพี่ตอนที่ไปธนาคารพี่ยังรู้สึกไม่ดีเลย แต่ข้อดีของการให้คนที่มาก่อนได้ก่อน มาหลังได้หลัง วิธีนี้ยังช่วยให้พนักงานของเราทำงานง่ายขึ้นด้วยนะ” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 7, 2560)

ความเสมอภาคเป็นประเด็นที่พนักงานบริการต้องเตรียมความพร้อมเมื่อเกิดการร้องขอจากผู้รับบริการที่มีอำนาจการซื้อที่เท่าเทียมกัน รวมถึงมีลำดับเวลาการติดต่อที่ใกล้เคียงกันมาก ซึ่งรายละเอียดเชิงลึกที่พนักงานบริการจะต้องแสดงความสามารถด้านการสื่อสารทางอารมณ์ให้สอดคล้องไปกับผู้รับบริการแต่ละราย เช่น ความเชื่อทางศาสนา ชาติพันธุ์ และสีผิว จากกรณีดังกล่าวพนักงานบริการสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบของสินค้าและบริการในแผนกต่างๆ ตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“เคยเจออยู่หนึ่งเคสที่ต้องจนให้เข้าใจนานมาก ลูกค้าเขาบอกว่าทำไมดูแลแค่นักกีฬา มากกว่าคนผิวดำอย่างครอบครัวเขา เด็กก็ไม่รู้จะอธิบายเพราะว่าเขาขอเปลี่ยนห้องให้เหมือนคนแขกอีกคนหนึ่ง จริงแล้วห้องไม่ได้ต่างกันเลย แต่ก็เปลี่ยนให้เขาซะค่ะ” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 6, 2560)

นอกจากนี้ พฤติกรรมความต้องการของผู้รับบริการบางราย อาจมีความจำเป็นที่พนักงานบริการต้องพิจารณาการชดเชยมูลค่าหรือมอบการบริการรูปแบบอื่นๆ เนื่องมาจากการบริการที่มีความพบข้อบกพร่องหรือมีกระบวนการให้บริการที่ขาดความสมบูรณ์ ซึ่งผู้รับบริการสามารถเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับกับความคุ้มค่าด้านราคา ดังนั้นพนักงานบริการจะต้องสรรหาสิ่งอำนวยความสะดวกรูปแบบอื่นที่มีอัตราค่าบริการใกล้เคียงเพื่อทดแทนความบกพร่องที่เกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“ลูกค้าไม่ได้แจ้งตอนเข้ามา ทางเราไม่รู้ว่าเป็นมุสลิม กินหมูไม่ได้ ถ้าไม่มีรายการอื่นก็ต้องให้เด็กไปหาซื้อในตลาดแถวโรงแรม เพราะลูกค้าเขาจ่ายตังค์ไปแล้วขอให้ได้ตามที่เขาจ่าย หรือมีลูกค้าไม่สะดวกทานอาหารเช้า ทางเราก็แพ็คใส่กล่องไว้ให้ตอนเชคเอาท์”
(ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 5, 2560)

ตามที่ได้กล่าวมาการสร้างความสะดวกเป็นการสื่อสารทางด้านอารมณ์จากพนักงานบริการถึงผู้รับบริการ ที่สามารถอธิบายให้เห็นถึงหลักในการปฏิบัติของพนักงานได้ 2 แนวทาง ได้แก่ (1) การให้ความดูแลเอาใจใส่โดยการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมให้แก่ผู้รับบริการทุกรายในปริมาณที่เท่าเทียมกัน ซึ่งเป็นวิธีการให้บริการที่ไม่ได้คำนึงถึงความแตกต่างของมนุษย์แต่อย่างใด (2) การให้ความดูแลเอาใจใส่โดยการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมให้แก่ผู้รับบริการให้เหมาะสมกับความจำเป็นของแต่ละบุคคล ซึ่งพื้นฐานความต้องการของผู้รับบริการแต่ละคนมีความแตกต่างที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวัน รวมถึงภูมิหลังที่เกี่ยวข้องกับสภาพสังคมและวัฒนธรรม

การยกย่องให้เกียรติ (Commination)

จากการถอดบทสนทนาพบว่า พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคสามารถแสดงออกถึงความเคารพนับถือในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้รับบริการ เป็นการสื่อสารทางอารมณ์ในรูปแบบที่ผู้รับบริการสามารถสัมผัสได้ผ่านการปฏิบัติของพนักงานบริการในฐานะบุคคลสำคัญของโรงแรม ซึ่งความเอาใจใส่ของพนักงานบริการที่สามารถสร้างความประทับใจตั้งแต่วันแรกที่กล่าวทักทายพร้อมกับการยกมือไหว้สวัสดี รวมถึงการสงวนท่าทางโดยการไม่แตะต้องหรือสัมผัสสัมภาระของผู้รับบริการก่อนได้รับอนุญาตทุกครั้ง และการรักษาระยะห่างในการเข้าถึงตัวผู้รับบริการด้วยความระมัดระวัง โดยหลีกเลี่ยงการสัมผัสร่างกายของผู้รับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“มันอาจจะดูเป็นแพทเทิร์น ส่วนใหญ่เท่าที่สังเกตเห็น เพราะที่เองก็ไม่ค่อยได้บอกว่าจะต้องพูดแบบนี้เป๊ะ แต่คนไทยเราก็ต้องยกมือไหว้สวัสดีตามมารยาทที่ทุกที่เขาก็ทำ ถ้าจะพูดถึงเรื่องให้เกียรติ ก็คงรีบถามก่อนเลยว่าช่วยยกกระเป๋าไปเก็บที่ห้องไหมคะ ถ้าลูกค้าไม่สะดวกก็ไม่ใช่ไร ยินรอสัญญาณเพื่อลูกค้าจะเรียก” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 8, 2560)

ในขณะที่การยกย่องให้เกียรติเป็นสิ่งที่พนักงานบริการจะสามารถกำหนดรูปแบบภาษาสำหรับใช้สนทนาโต้ตอบให้มีความเหมาะสมกับผู้รับบริการ ซึ่งพนักงานบริการจะต้องไม่พูดหยอกล้อหรือการกระทำให้ผู้รับบริการนั้นเสียชื่อเสียงโดยเด็ดขาด โดยพื้นฐานของพนักงานบริการควรเลือกใช้ภาษาที่มีความเป็นทางการสำหรับผู้รับบริการรายใหม่ที่เดินทางมาใช้บริการเป็นครั้งแรก ซึ่งในขณะเดียวกันพนักงานบริการสามารถใช้ภาษาที่แสดงออกถึงความคุ้นเคย รวมถึงการใช้รูปแบบภาษาท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาค เพื่อช่วยให้บรรยากาศการสนทนามีความเป็นกันเองมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามการสื่อสารด้วยการสนทนา พนักงานบริการจะต้องตระหนักถึงบทบาทของตนเองในฐานะผู้อำนวยความสะดวกเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“ที่โรงแรมก็จะมีพนักงานจากภาคต่างๆ มาทำงาน อันนี้ไม่ใช่กฎนะครับ แต่เคยเห็นพนักงาน ซึ่งผมก็ไม่ได้ว่า ถ้าเขาจะพูดได้กับลูกค้าที่เป็นคนใต้ พูดภาษาอีสาน ถ้าลูกค้าเป็นคนอีสาน จะมีส่วนช่วยให้แสดงออกถึงความจริงระหว่างกัน โดยเฉพาะคนอีสานด้วยสไตล์เขา เขาจะเปิดใจให้กับคนบ้านเดียวกัน” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 4, 2560)

นอกจากนี้ การยกย่องให้เกียรติแก่ผู้รับบริการยังเป็นสิ่งที่จะต้องอาศัยความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้รับบริการตลอดระยะเวลาการเข้าพัก ในเบื้องต้นพนักงานบริการห้ามเคลื่อนย้ายสัมภาระหรือสิ่งของเครื่องใช้ของผู้รับบริการออกจากห้องพักโดยเด็ดขาด รวมถึงการไม่ติดต่อขอเข้าพบผู้รับบริการภายในห้องพักในทุกกรณีจนกว่าผู้รับบริการจะเป็นผู้แจ้งความประสงค์ขอความช่วยเหลือจากพนักงาน อีกทั้งพนักงานบริการจะต้องไม่แสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับผู้อื่นที่ไม่ใช่สมาชิกที่ร่วมเดินทางมาในแต่ละครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“มีผู้หญิง โทรฯ มาถามว่ามีทะเบียนรถนี้มาเข้าพักที่โรงแรมบ้างไหมคะ ทางโรงแรมรีบตอบทันทีว่าไม่มี แล้วประมาณช่วงบ่ายสองก็มีคนมาจริงๆ เป็นผู้หญิงมาหาที่พร้อม แล้วก็เดินหาห้องพักเองเลย แต่สุดท้ายทางเราก็ให้ยามมาพาออกไป” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 2, 2560)

อย่างไรก็ตาม พนักงานบริการสามารถแสดงออกซึ่งการยกย่องให้เกียรติแก่ผู้รับบริการ โดยการเดินทางไปส่งผู้รับบริการถึงบริเวณที่จอดยานพาหนะของโรงแรม พร้อมกล่าวคำอำลาเพื่อเป็นการแสดงความขอบคุณ อีกทั้งยังเป็นการแสดงความเอาใจใส่ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดการที่มีความสม่ำเสมอในการให้บริการ จึงเป็นช่วงเวลาสุดท้ายสำหรับผู้ให้บริการที่จะใช้ทักษะการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“การให้เกียรติของพนักงานที่ควรทำท้ายที่สุด คือ การเดินทางไปส่งลูกค้าถึงบริเวณที่จอดไว้แล้ว และรอจนกว่ารถของลูกค้าจะขับออกไปจากโรงแรมลับสายตา เป็นการเน้นย้ำให้เห็นว่าเราเอาใจใส่เขาจริงๆ ” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 3, 2560)

ตามที่ได้กล่าวมาการยกย่องให้เกียรติเป็นสิ่งทีพนักงานบริการแสดงออกโดยการให้ ผู้รับบริการได้รับความเป็นส่วนตัวในระหว่างการเข้าพักในโรงแรมประเภทบูติก พนักงานบริการแสดง ทักษะการสื่อสารทางอารมณ์ได้หลากหลายรูปแบบตามความคุ้นเคยกับผู้รับบริการแต่ละราย เช่น การใช้ภาษาพูดตามกลุ่มภูมิศาสตร์ การเผื่อระวังไม่ให้ผู้อื่นมารบกวน การไม่เคลื่อนย้ายสิ่งของ เครื่องใช้ก่อนได้รับอนุญาต เป็นต้น อย่างไรก็ตามในกรณีของผู้รับบริการรายเก่าที่มีความคุ้นเคยกับ พนักงานบริการมายาวนาน แต่สิ่งที่ไม่สามารถละเลยได้ในระหว่างการปฏิบัติหน้าที่ คือ การไม่แสดงความสนิทสนมเกินกว่าความเหมาะสมในฐานะของผู้รับบริการและพนักงานบริการ

การสร้างความสุข (Happiness)

จากการถอดบทสนทนาพบว่า พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกสามารถส่งผล ต่ออารมณ์แห่งความสุขจากตนเองไปสู่ผู้รับบริการ โดยจะต้องคัดเลือกกิจกรรมหรือรูปแบบการ บริการเพิ่มเติม โดยใช้ทรัพยากรภายในโรงแรมให้เกิดการบริการที่อยู่เหนือความคาดหมาย เพื่อให้ ผู้รับบริการได้มีส่วนร่วมในประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม พร้อมกับ ความสนุกสนานเพลิดเพลินที่ผู้รับบริการสามารถตัดสินใจเข้าร่วมได้เอง โดยไม่มีข้อบังคับหรือเงื่อนไข ใดๆ ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“ผมว่าแต่ละทีจะมีอะไรที่ไม่เหมือนกันหรือครับ แล้วแต่ทำเลที่ตั้งว่าอยู่โซนติดกับอะไร แต่สิ่งที่แขกจะได้รับคือการที่จะเลือกในกิจกรรมที่เขาชอบจะเป็นเล่นบิงปอง สปาเท้า โยคะ วายน้า พวกนี้โรงแรมก็ไม่คิดค่าบริการอยู่แล้ว” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 2, 2560)

สำหรับกิจกรรมพิเศษที่ให้ผู้รับบริการได้มีโอกาสเข้าร่วมระหว่างการเข้าพัก ทาง โรงแรมประเภทบูติกสามารถออกแบบในลักษณะของเทศกาลประจำปี โดยอ้างอิงจากปฏิทินวันหยุด ของไทยและสากล รวมถึงวันสำคัญของผู้รับบริการที่เหมาะสมแก่การเฉลิมฉลอง เช่น วันคล้ายวันเกิด วันครบรอบแต่งงาน เป็นต้น ทั้งนี้ กิจกรรมแต่ละประเภทของโรงแรมสะท้อนให้เห็นถึงการให้ ความสำคัญกับวันพิเศษแบรายบุคคล ที่มีช่วยสนับสนุนให้ผู้รับบริการเกิดความภักดีต่อโรงแรม ประเภทบูติก ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“วันที่ 31 ธันวาคมนี้ เรียนเชิญได้ โรงแรมมีงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ตรีมให้ใส่ผ้าไทย พนักงานทุกคนจะแต่งไทยด้วย แขกที่มาก็อยากใส่ผ้าไทย เที่ยงคืนมีบถอยหลังจุดพลุด้วย พร้อมใส่บาตรตอนเช้าวันที่ 1 มกราคม” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 3, 2560)

นอกจากนี้ การสร้างสุขยังมีความเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์กิจกรรมการ ท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น โดยการพิจารณาจากจำนวนแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงวัฒนธรรม ที่มี ระยะทางที่ใกล้กับโรงแรม พร้อมให้คำแนะนำเกี่ยวกับข้อมูลสำหรับการเดินทางแก่ผู้ที่สนใจโดย ละเอียด สำหรับโรงแรมบางแห่งจะสามารถนำผู้รับบริการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวและเข้าร่วม

กิจกรรมประเภทต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการคัดเลือกยานพาหนะในการรับ-ส่ง ซึ่งสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“สามารถพาแขกผู้เข้าพักไปสถานที่ท่องเที่ยวใกล้ๆ เดียวนี้ทางโรงแรมจะเป็นคนร่วม ออกแบบช่วยออกแบบ เช่น ไหว้พระ ซอปปิ้ง ส่องสัตว์ ล่องแก่ง ทั้ง 7 วันควรวีไอซ์ ให้แตกต่างกันไปแลเลย” (ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มหมายเลข 1, 2560)

ตามที่กล่าวมา การสร้างความสุขเป็นการพัฒนาสภาวะทางอารมณ์จากตัวของ พนักงานบริการที่ส่งต่อไปยังผู้รับบริการแต่ละราย ในลักษณะของการรูปแบบกิจกรรมและบริการ พิเศษ ซึ่งจะต้องอาศัยทรัพยากรทั้งภายในและภายนอกโรงแรม โดยไม่มีการกำหนดอัตราค่าบริการ เพิ่มเติมจากผู้รับบริการ เป็นแนวทางการบริหารความสุขโดยไม่มีค่าตอบแทนแก่โรงแรม เพื่อให้ ผู้รับบริการได้สัมผัสได้ถึงประสบการณ์ที่มีความแปลกใหม่จากรูปแบบกิจกรรมและบริการพิเศษ ในช่วงวันหยุด อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มพูนความรู้และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้รับบริการ ชุมชนท้องถิ่น และพนักงานบริการ ทั้งนี้ สมาชิกในที่ประชุมต่างร่วมกันนำเสนอการนิยามของความ เอาใจใส่พิเศษประกอบด้วย (1) ความต้องการความรู้ (Need Knowledge) (2) การตัดสินใจ (Decision Making) (3) ความจำ (Memory) (4) ทศนคติ (Attitude) (5) การรับรู้ (Recognition) (6) การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) (7) ความเสมอภาค (Equality) (8) การยกย่องให้เกียรติ (Commination) และ (9) การสร้างความสุข (Happiness) โดยการนำตัวอักษรภาษาอังกฤษในแต่ละ องค์ประกอบมาจัดเรียงลำดับใหม่อีกครั้ง ให้ความสมบูรณ์และสามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน ภายใต้แนวคิด “MIND REACH” ที่สื่อถึงความหมายว่า “การบรรลุด้วยหัวใจ” ซึ่งเป็นทักษะการ ปฏิบัติงานที่มีรายละเอียดที่มากกว่าคำว่าบริการทั่วไป

ในลำดับต่อมาสมาชิกในที่ประชุมต่างร่วมกันพิจารณาองค์ประกอบจากขั้นตอนการ วิจัยเพื่อกำหนดวิธีการดำเนินงานและรูปแบบกิจกรรมการพัฒนาการเรียนจากการสนทนากลุ่ม เพื่อใช้ในการจัดคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการ บริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของไทย จำนวนทั้งหมด 9 องค์ประกอบ ผู้วิจัยสามารถ สรุปความสอดคล้องจากการประชุมกลุ่มในรูปแบบดังตารางที่ 61

ตารางที่ 61 แสดงรายละเอียดแนวทางการพัฒนาคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของไทย

องค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษ	วัตถุประสงค์การประเมินจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	รูปแบบกิจกรรมการพัฒนาการเรียนรู้จากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	วิธีการดำเนินงานจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	ผลที่คาดว่าจะได้รับจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม
<p>ความต้องการความรู้ (Need Knowledge)</p>	<p>1. เพื่อให้พนักงานบริการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายตามฝ่ายหรือแผนก รวมถึงกลุ่มสินค้าและบริการต่างๆภายในโรงแรม ตลอดจนกิจกรรมส่งเสริมการขายในแต่ละช่วงฤดูกาล</p> <p>2. เพื่อให้พนักงานบริการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น เช่น เส้นทางคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว ร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก ศูนย์ประชุม สถานบันเทิง เป็นต้น</p> <p>3. เพื่อให้พนักงานบริการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมของผู้รับบริการที่มีความหลากหลายตามภูมิภาคต่างๆ ที่สามารถปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยในปัจจุบัน เช่น วัฒนธรรม ศาสนา ภาษา เป็นต้น</p>	<p>1. การหมุนเวียนเปลี่ยนงาน</p> <p>2. การเรียนรู้ด้วยตนเอง</p> <p>3. การเรียนรู้ในระหว่างการปฏิบัติงาน</p>	<p>1. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานอธิบายภาระหน้าที่ของตำแหน่งงานบริการตามฝ่ายหรือแผนกที่ได้รับมอบหมายในโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก พร้อมกับวิธีการปฏิบัติงานที่ได้มาตรฐานที่สอดคล้องกับขนาดองค์กร รวมถึงองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบริการภายในโรงแรม ได้แก่ งานครัว (Food Production) งานห้องห้องพัก (Room Division) งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage)</p> <p>2. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานอธิบายองค์ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว และนโยบายสนับสนุนของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 ของคณะกรรมการ นโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ</p>	<p>1. พนักงานบริการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ได้แก่ งานครัว (Food Production) งานห้องห้องพัก (Room Division) งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage)</p> <p>2. พนักงานบริการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของโรงแรม รวมถึงสินค้าและบริการ</p> <p>3. พนักงานบริการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้รับบริการในแต่ละภูมิภาค</p>

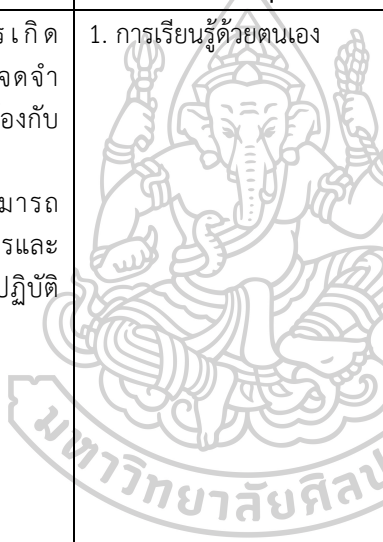
ตารางที่ 61 แสดงรายละเอียดแนวทางการพัฒนาคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของไทย (ต่อ)

องค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษ	วัตถุประสงค์การประเมินจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	รูปแบบกิจกรรมการพัฒนาการเรียนรู้จากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	วิธีการดำเนินงานจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	ผลที่คาดว่าจะได้รับจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม
<p>ความต้องการความรู้ (Need Knowledge)</p> <p>(ต่อ)</p>	<p>4. เพื่อให้พนักงานบริการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศและภาษาต่างประเทศที่ใช้สื่อสารกับผู้รับบริการ</p>	<p>1. การหมุนเวียนเปลี่ยนงาน</p> <p>2. การเรียนรู้ด้วยตนเอง</p> <p>3. การเรียนรู้ในระหว่างการปฏิบัติงาน</p>	<p>อีกทั้งการกำหนดกิจกรรมการศึกษาดูงานแหล่งท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นที่เป็นจุดสำคัญของเมือง</p> <p>3. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานอภิปรายความแตกต่างพฤติกรรมของผู้รับบริการในแต่ละภูมิภาค เพื่อสร้างความเข้าใจด้านพฤติกรรม ค่านิยม และข้อปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อส่วนบุคคล</p> <p>4. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานได้อธิบายความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแบบรายบุคคล เช่น การใช้สื่อสังคมออนไลน์ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูง การใช้โปรแกรมแปลภาษาออนไลน์ เป็นต้น ตลอดจนการถ่ายทอดความรู้ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษในระดับเบื้องต้นในงานโรงแรมแก่พนักงานบริการ</p>	<p>4. พนักงานบริการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว รวมถึงธุรกิจบริการอื่นในเขตพื้นที่</p> <p>5. พนักงานบริการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการใช้ทักษะภาษาต่างประเทศ</p>

ตารางที่ 61 แสดงรายละเอียดแนวทางการพัฒนาคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของไทย (ต่อ)

องค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษ	วัตถุประสงค์การประเมินจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	รูปแบบกิจกรรมการพัฒนาการเรียนรู้จากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	วิธีการดำเนินงานจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	ผลที่คาดว่าจะได้รับจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม
การตัดสินใจ (Decision Marking)	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถนำประสบการณ์จากการปฏิบัติงานครั้งก่อนๆ เข้ามาพัฒนาการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น 2. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถคาดคะเนความต้องการของผู้รับบริการโดยพิจารณาจากจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางเข้าพักในแต่ละครั้ง 3. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาการบริการที่เหนือความคาดหมายของผู้รับบริการ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษ 2. การประชุมแก้ไขปัญหาหรือการระดมสมอง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานกำหนดให้พนักงานนำเสนอประสบการณ์ที่เป็นข้อผิดพลาดที่เกิดจากกระบวนการให้บริการและวิธีแก้ไขปัญหาลงรายบุคคล 2. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานได้แนะนำหลักการคิดวิเคราะห์การบริการให้เหมาะสมกับจำนวนสมาชิกที่ร่วมเข้าพักพร้อมกับการเสนอแนะการจัดบริการพิเศษให้เหมาะสมกับช่วงอายุของสมาชิก 3. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานได้กำหนดกิจกรรมและการส่งเสริมความคิดเชิงสร้างสรรค์ในธุรกิจบริการแก่พนักงานบริการแบบรายบุคคล โดยให้ออกแบบการบริการด้วยตนเองอย่างอิสระ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานบริการสามารถนำประสบการณ์จากปฏิบัติงานครั้งก่อนๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการปฏิบัติหน้าที่โดยไม่ขัดแย้งต่อนโยบายขององค์กร 2. พนักงานบริการสามารถคาดเดาจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางเพื่อจัดสรรการบริการให้มีความเหมาะสม 3. พนักงานบริการได้ฝึกฝนการใช้ความคิดสร้างสรรค์ภายในงาน

ตารางที่ 61 แสดงรายละเอียดแนวทางการพัฒนาคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของไทย (ต่อ)

องค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษ	วัตถุประสงค์การประเมินจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	รูปแบบกิจกรรมการพัฒนาการเรียนรู้จากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	วิธีการดำเนินงานจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการสนทนากลุ่ม
<p>ความจำ (Memory)</p>	<p>1. เพื่อให้พนักงานบริการเกิดกระบวนการฝึกฝนทักษะการจดจำรายละเอียดและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้รับบริการ</p> <p>2. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถสังเกตพฤติกรรมของผู้รับบริการและปฏิกิริยาการตอบสนองต่อการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานบริการ</p>	<p>1. การเรียนรู้ด้วยตนเอง</p> 	<p>1. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานได้กำหนดให้พนักงานบริการจดจำข้อมูลสำคัญของผู้รับบริการ ที่ปรากฏอยู่ในบัตรประชาชน หรือหนังสือเดินทาง เช่น ชื่อ-นามสกุล วันเดือนปีเกิด ภูมิลำเนา ศาสนา สัญชาติ หมู่โลหิต เป็นต้น หรือข้อมูลจากระบบการสำรองห้องพักของโปรแกรมสำเร็จรูปในแผนกบริการงานส่วนหน้า</p> <p>2. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานกำหนดให้พนักงานบริการเป็นผู้ริเริ่มการสังเกตและจดจำรายละเอียดรูปพรรณสัณฐานที่บ่งบอกถึงลักษณะความเป็นตัวตนของผู้รับบริการแต่ละราย เช่น รูปร่าง บุคลิกภาพ เป็นต้น รวมถึงสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาเข้าพักของผู้รับบริการแต่ละราย เช่น ครอบครัว คณะทำงาน เพื่อนฝูง เป็นต้น</p>	<p>1. พนักงานบริการสามารถจดจำรายละเอียดและข้อมูลของผู้รับบริการจากเอกสารสำคัญในการสำรองห้องพัก</p> <p>2. พนักงานบริการสามารถสังเกตพฤติกรรมของผู้รับบริการและจดจำรายละเอียดของลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการ รวมถึงจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง</p>

ตารางที่ 61 แสดงรายละเอียดแนวทางการพัฒนาคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของไทย (ต่อ)

องค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษ	วัตถุประสงค์การประเมินจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	รูปแบบกิจกรรมการพัฒนาการเรียนรู้จากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	วิธีการดำเนินงานจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	ผลที่คาดว่าจะได้รับจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม
ความจำ (Memory) (ต่อ)	3. เพื่อให้พนักงานบริการเกิดการสืบค้นข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของผู้รับบริการเพิ่มเติมจากช่องทางต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม	1. การเรียนรู้ด้วยตนเอง	3. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานกำหนดให้พนักงานบริการฝึกฝนทักษะการสังเกตในระหว่างการให้บริการ เมื่อผู้รับบริการมีปฏิกริยาตอบสนองทางร่างกาย เช่น การแสดงสีหน้า การลุกขยับตัว เป็นต้น เพื่อเป็นการวางแก้ไขปัญหาระหว่างการบริการ 4. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานกำหนดให้พนักงานบริการให้ความสำคัญกับการสืบค้นหรือตรวจสอบข้อมูลที่ปรากฏในระบบการสำรองห้องพักล่วงหน้าของโรงแรม เช่น หมายเลขห้องพัก สิ่งที่ผู้บริการร้องเรียน หรือเคยร้องขอพิเศษเพิ่มเติม จากช่องทางต่างๆ ของโรงแรม เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) กลุ่มเว็บไซต์ สำรองการบริการเพื่อการท่องเที่ยว (OTA: Online Travel Agent) เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการจัดเตรียมการบริการและลดความผิดพลาดจากปัญหาครั้งที่ผ่านมา	3. พนักงานบริการสามารถค้นหาข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะการบริการเพิ่มเติม

ตารางที่ 61 แสดงรายละเอียดแนวทางการพัฒนาคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของไทย (ต่อ)

องค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษ	วัตถุประสงค์การประเมินจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	รูปแบบกิจกรรมการพัฒนาการเรียนรู้จากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	วิธีการดำเนินงานจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	ผลที่คาดว่าจะได้รับจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม
ทัศนคติ (Attitude)	1. เพื่อให้พนักงานบริการมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ตนเอง และผู้รับบริการ รวมถึงการปลูกฝังจิตบริการ (Service Mind) ในภาระหน้าที่งานของตนเองที่ได้รับมอบหมายและการดำเนินชีวิตประจำวัน	1. การมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษ 2. การประชุมแก้ไขปัญหาหรือการระดมสมอง	1. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานได้อธิบายถึงความสำคัญในการกำหนดเป้าหมายการปฏิบัติงาน การส่งเสริมให้พนักงานบริการเกิดความกระตือรือร้นในการประกอบอาชีพ และสร้างความจงรักภักดีต่อองค์กร โดยบันทึกรายละเอียดของลงในแบบบันทึกการกำหนดเป้าหมายในอาชีพ 2. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานได้กำหนดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้พนักงานบริการเกิดจิตสำนึกในการตระหนักห่วงหาพันธุการภายในองค์กร และเรียนรู้หลักการปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์แก่ผู้รับบริการ ตลอดจนการมีจิตสำนึกที่ดีต่อการบำรุงรักษาสิ่งแวดล้อมภายในทำเลที่ตั้งของกิจการ	1. พนักงานบริการเกิดความศรัทธาต่อองค์กรและความเชื่อมั่นในขอบเขตหน้าที่ 2. พนักงานมีเป้าหมายในการดำเนินชีวิต

ตารางที่ 61 แสดงรายละเอียดแนวทางการพัฒนาคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของไทย (ต่อ)

องค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษ	วัตถุประสงค์การประเมินจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	รูปแบบกิจกรรมการพัฒนาการเรียนรู้จากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	วิธีการดำเนินงานจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	ผลที่คาดว่าจะได้รับจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม
ทัศนคติ (Attitude) (ต่อ)	2. เพื่อให้พนักงานบริการมีคุณธรรมจริยธรรมในการประกอบอาชีพตระหนักถึงความสำคัญในการดูแลรักษาทรัพย์สินของผู้รับบริการและสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เพื่อนร่วมงานภายในองค์กร ตลอดจนการดูแลรักษาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมไม่ให้ส่งผลกระทบต่อท้องถิ่น	1. การมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษ 2. การประชุมแก้ไขปัญหาหรือการระดมสมอง	3. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานกำหนดกิจกรรมการศึกษาดูงานบริการโรงแรมนอกสถานที่ โดยพนักงานจะต้องเข้าไปเรียนรู้แนวทางการบริการที่มีมาตรฐานได้รับการยอมรับในระดับสากล เพื่อนำมาเป็นแรงบันดาลใจในการปฏิบัติงานได้อย่างมืออาชีพ	3. พนักงานบริการมีจิตบริการ (Service Mind) ในการปฏิบัติหน้าที่ 4. พนักงานบริการแสดงความซื่อสัตย์ในการประกอบอาชีพและการไม่สร้างผลกระทบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 61 แสดงรายละเอียดแนวทางการพัฒนาคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของไทย (ต่อ)

องค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษ	วัตถุประสงค์การประเมินจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	รูปแบบกิจกรรมการพัฒนาการเรียนรู้จากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	วิธีการดำเนินงานจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	ผลที่คาดว่าจะได้รับจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม
การรับรู้ (Recognition)	<p>1. เพื่อให้พนักงานบริการมีคุณสมบัติเป็นผู้ฟังที่ดี ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับปัญหาจากบริการภายในโรงแรมที่ผ่านมาและปัญหาโดยตรงที่มาจากตัวผู้รับบริการ</p> <p>2. เพื่อให้พนักงานบริการมีทักษะการสอบถามด้วยความเฉลียวใจ เมื่อพบข้อสงสัยหรือความไม่เข้าใจเกี่ยวกับผู้รับบริการอย่างถูกกาลเทศะ</p>	<p>1. การเรียนรู้ด้วยตนเอง</p> <p>2. การสร้างเครือข่ายของผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน</p>	<p>1. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานกำหนดกิจกรรมให้พนักงานบริการร่วมกันถ่ายทอดปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบริการที่ผ่านมา เช่น รสชาติอาหาร ขนาดห้องพัก เสี่ยงรบกวน เป็นต้น รวมถึงปัญหาโดยตรงที่มาจากตัวผู้รับบริการ เช่น โรคประจำตัว กิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น</p> <p>2. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานกำหนดกิจกรรมให้พนักงานบริการฝึกทักษะการซักถามข้อสงสัยที่เกี่ยวกับกระบวนการให้บริการอย่างถูกตามกาลเทศะ เปรียบเสมือนคู่สนทนาเป็นผู้รับบริการคนสำคัญที่กำลังติดต่อขอความช่วยเหลือ</p>	<p>1. พนักงานบริการมีคุณสมบัติของการเป็นผู้ฟังที่ดี ทั้งปัญหาที่เกี่ยวกับการบริการโดยตรง และปัญหาที่เกี่ยวข้องกับตัวของผู้รับบริการ</p> <p>2. พนักงานบริการมีวิธีการซักถามข้อสงสัยจากผู้รับบริการให้เหมาะสมกับกาลเทศะ</p> <p>3. พนักงานบริการสามารถรายงานผลการปฏิบัติงานที่ผิดพลาด พร้อมกับการรับฟังข้อเสนอแนะ</p>

ตารางที่ 61 แสดงรายละเอียดแนวทางการพัฒนาคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของไทย (ต่อ)

องค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษ	วัตถุประสงค์การประเมินจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	รูปแบบกิจกรรมการพัฒนาการเรียนรู้จากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	วิธีการดำเนินงานจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	ผลที่คาดว่าจะได้รับจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม
การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction)	1. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถควบคุมระดับอารมณ์ของตนเองในระหว่างปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมืออาชีพ โดยเลือกใช้วิธีการโต้ตอบผู้รับบริการที่อยู่บนพื้นฐานของกฎระเบียบของโรงแรม	1. กิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติ 2. กิจกรรมการมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษ	1. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานกำหนดให้พนักงานบริการที่มีกระบวนการฝึกฝนในกรณีที่เกิดความไม่เข้าใจกับผู้รับบริการจากการแสดงสีหน้า เช่น ช่วงเวลาที่เหมาะสมกับผู้รับบริการแต่ละราย ศาสนาที่นับถือ เชื้อชาติ เป็นต้น 2. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานกำหนดให้พนักงานบริการนำเสนอข้อจำกัดในการให้บริการในส่วนต่างๆ ในช่วงก่อนและระหว่างการให้บริการ โดยอ้างอิงจากคู่มือการปฏิบัติงาน (Standard Operating Procedure: SOP) หรือ กฎระเบียบของทางโรงแรมที่ปฏิบัติสืบเนื่องกันมาจากประสบการณ์ รวมถึงการประสานงานขอความช่วยเหลือจากผู้บังคับบัญชา	1. พนักงานบริการสามารถควบคุมระดับอารมณ์ของตนเองโดยกิริยาท่าทางที่แสดงออกอย่างเหมาะสม และไม่มีการโต้แย้ง 2. พนักงานบริการสามารถอธิบายเกี่ยวกับข้อจำกัดในการบริการโดยอ้างอิงจากคู่มือการปฏิบัติงานหรือกฎระเบียบของทางโรงแรม

ตารางที่ 61 แสดงรายละเอียดแนวทางการพัฒนาคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของไทย (ต่อ)

องค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษ	วัตถุประสงค์การประเมินจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	รูปแบบกิจกรรมการพัฒนาการเรียนรู้จากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	วิธีการดำเนินงานจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	ผลที่คาดว่าจะได้รับจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม
การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) (ต่อ)	2. เพื่อให้พนักงานบริการมีทักษะการสอบถามด้วยความเฉลียวใจ เมื่อพบข้อสงสัยหรือความไม่เข้าใจเกี่ยวกับผู้รับบริการอย่างถูกกาลเทศะ	1. การเรียนรู้ด้วยตนเอง 2. การสร้างเครือข่ายของผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน	ระดับกลางเมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้ 3. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานกำหนดให้พนักงานบริการนำเสนอผลการแก้ไขและการติดตามความคืบหน้าของปัญหาพร้อมจัดสรรสิ่งทดแทนข้อร้องเรียนให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ	3. พนักงานบริการสามารถประสานงานช่วยเหลือจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหา 4. พนักงานบริการสามารถรายงานความคืบหน้าแก่ผู้รับบริการเมื่อปัญหาได้รับการแก้ไข 5. พนักงานบริการสามารถจัดสรรรูปแบบการบริการสำหรับชดเชยข้อผิดพลาด

ตารางที่ 61 แสดงรายละเอียดแนวทางการพัฒนาคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของไทย (ต่อ)

องค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษ	วัตถุประสงค์การประเมินจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	รูปแบบกิจกรรมการพัฒนาการเรียนรู้จากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	วิธีการดำเนินงานจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	ผลที่คาดว่าจะได้รับจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม
<p>ความเสมอภาค (Equality)</p>	<p>1. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถส่งมอบการบริการที่มีความเท่าเทียมกับผู้รับบริการทุกรายด้วยความยุติธรรม รวมถึงการศึกษาข้อจำกัดทางเชื้อชาติของผู้รับบริการแต่ละราย</p> <p>2. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถออกแบบกระบวนการบริการด้วยตนเองให้สอดคล้องกับขนาดของกิจการ และ ทรัพยากรภายในองค์กร</p>	<p>1. การมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษ</p> <p>2. การประชุมแก้ไขปัญหา หรือการระดมสมอง</p>	<p>1. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานอธิบายความสำคัญของการจัดสรรการบริการที่ต้องคำนึงความเท่าเทียมของผู้รับบริการทุกรายแก่พนักงานบริการ เช่น ช่วงเวลาที่เหมาะสมกับผู้รับบริการแต่ละราย ศาสนาที่นับถือ เชื้อชาติ เป็นต้น</p> <p>2. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานดำเนินกิจกรรมกลุ่มแก่พนักงานบริการ เพื่อจัดทำแผนภาพพิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) โดยแบ่งออกเป็นฝ่ายหรือแผนกและมีรูปแบบการปฏิบัติงานที่มีหลากหลายตำแหน่งหน้าที่ในเวลาเดียวกัน</p> <p>3. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานกำหนดให้พนักงานบริการนำเสนอแผนภาพพิมพ์เขียวบริการออกเป็นฝ่ายหรือแผนกของสายงานภายในโรงแรม</p>	<p>1. พนักงานบริการสามารถให้สิทธิการบริการตามความเหมาะสมกับรายบุคคล</p> <p>2. พนักงานบริการสามารถลำดับการบริการก่อน-หลัง</p> <p>3. พนักงานบริการสามารถจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมาะสมกับจำนวนผู้รับบริการ</p>

ตารางที่ 61 แสดงรายละเอียดแนวทางการพัฒนาคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของไทย (ต่อ)

องค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษ	วัตถุประสงค์การประเมินจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	รูปแบบกิจกรรมการพัฒนาการเรียนรู้จากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	วิธีการดำเนินงานจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	ผลที่คาดว่าจะได้รับจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม
การยกย่องให้เกียรติ (Commendation)	<p>1. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถแสดงออกถึงการให้เกียรติและความเป็นส่วนตัวแก่ผู้รับบริการ แสดงออกถึงความเป็นตัวแทนของพนักงานบริการที่มีความสุภาพเรียบร้อย</p> <p>2. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถกำหนดระดับความสัมพันธ์กับผู้รับบริการในฐานะผู้อำนวยความสะดวก ภายในโรงแรมเท่านั้น อีกทั้งการระมัดระวังการใช้ภาษาการสื่อสารให้เหมาะสม</p>	<p>1. การมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษ</p> <p>2. การแสดงบทบาทสมมติ</p>	<p>1. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานอธิบายเกี่ยวกับหลักการปฏิบัติงานที่ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมกับผู้รับบริการแต่ละราย เช่น การกล่าวทักทายโดยไม่สัมผัสร่างกายของผู้รับบริการ และการไม่เคลื่อนย้ายสิ่งของผู้รับบริการก่อนได้รับอนุญาต</p> <p>2. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานให้พนักงานบริการเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารที่จะต้องไม่แสดงออกซึ่งกิริยาท่าทางต่างๆ ที่สื่อถึงความสนิทสนมกับผู้รับบริการจนเกินไป หรือการพูดคุยหยอกล้อผู้รับบริการในเรื่องส่วนตัว รวมถึงการใช้คำสรรพนามที่ไม่เหมาะสม</p>	<p>1. พนักงานบริการไม่สัมผัสร่างกายผู้รับบริการทุกกรณี</p> <p>2. พนักงานบริการไม่เข้าห้องพัก และการมีเคลื่อนย้าย</p> <p>3. พนักงานบริการไม่แสดงกิริยาที่สนิทสนมกับผู้รับบริการจนเกินไป</p>

ตารางที่ 61 แสดงรายละเอียดแนวทางการพัฒนาคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของไทย (ต่อ)

องค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษ	วัตถุประสงค์การประเมินจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	รูปแบบกิจกรรมการพัฒนาการเรียนรู้จากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	วิธีการดำเนินงานจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม	ผลที่คาดว่าจะได้รับจากผลวิจัยการสนทนากลุ่ม
<p>การสร้างความสุข (Happiness)</p>	<p>1. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถส่งมอบการบริการที่ประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกที่ได้พบกับผู้รับบริการตามโอกาสพิเศษสำคัญในช่วงเทศกาลต่างๆ</p> <p>2. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถสร้างสรรค์กิจกรรมพักผ่อนแก่ผู้รับบริการโดยใช้ทรัพยากรภายในแหล่งโรงแรมบูติก และการเชื่อมโยงกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น</p> <p>3. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถเสริมสร้างบุคลิกภาพของตนเองให้มีความน่าสนใจโดยอาศัยเครื่องแต่งกายที่บ่งบอกถึงความพร้อมและความเป็นมืออาชีพ</p>	<p>1. การประชุมแก้ไขปัญหาหรือการระดมสมอง</p> <p>2. การแสดงบทบาทสมมติ</p>	<p>1. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานได้กำหนดให้พนักงานบริการการสร้างรูปแบบการบริการที่มีความแตกต่างไปตามช่วงเทศกาลของประเทศไทยและนานาชาติ</p> <p>2. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานได้กำหนดกิจกรรมให้พนักงานบริการค้นหารูปแบบกิจกรรมที่จัดขึ้นภายในโรงแรมพร้อมกับการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกจากกรณีศึกษา เช่น ชีจรรย์ยาน กีฬาทางน้ำ เกมสักระดานหมากรุก การทำอาหาร วาดภาพสีน้ำ เป็นต้น รวมถึงกิจกรรมภายนอกโรงแรมที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในเขตอำเภอหรือพื้นที่ใกล้เคียง</p> <p>3. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานได้ให้คำแนะนำแก่พนักงานบริการที่จะต้องปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพทางวิชาชีพและการเลือกเครื่องแต่งกายให้มีความเหมาะสม พร้อมการรักษาความสะอาดอยู่เสมอ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจ</p>	<p>1. พนักงานบริการสามารถส่งบริการพิเศษตั้งแต่แรกพบกับผู้รับบริการ และช่วงโอกาสสำคัญต่างๆ</p> <p>2. พนักงานบริการสามารถเชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ และการสร้างกิจกรรมเพื่อความบันเทิงรูปแบบใหม่</p> <p>3. พนักงานบริการมีบุคลิกภาพทางวิชาชีพที่เหมาะสมแก่การให้บริการ</p>

จากตารางที่ 61 แสดงให้เห็นถึงการกำหนดวัตถุประสงค์การประเมิน รูปแบบกิจกรรมการพัฒนาการเรียนรู้ วิธีการดำเนินงาน และผลที่คาดว่าจะได้รับ ซึ่งทั้งหมดเกิดจากการวิจัยการสนทนากลุ่มในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย โดยผลการสนทนากลุ่มได้ให้ความสำคัญรูปแบบกิจกรรมการพัฒนาการเรียนรู้ให้มีเหมาะสมในแต่ละองค์ประกอบ ได้แก่ (1) การเรียนรู้ในระหว่างการปฏิบัติงาน (On the Job Training) โดยอาศัยผู้ควบคุมปฏิบัติงานที่มีความรู้ร่วมสาธิตขั้นตอนการปฏิบัติงานตามอย่างเป็นลำดับตามทักษะในสายอาชีพของงานโรงแรม (2) การประชุมแก้ไขปัญหาหรือการระดมสมอง (Brain Storming) จากการตั้งประเด็นในลักษณะของข้อคำถามปลายเปิดที่เกี่ยวข้องกับการบริการภายในโรงแรม เพื่อให้สมาชิกแต่ละได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างอิสระภายในระยะเวลาที่กำหนดเอาไว้ (3) การหมุนเวียนเปลี่ยนงาน (Job Rotation) เป็นแนวทางการขยายประสบการณ์ในการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรมในตำแหน่งงานแตกต่างไปจากเดิม สามารถนำทักษะที่ได้รับนำกลับไปสนับสนุนตำแหน่งงานเดิม (4) การมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษ (Project Assignment) สามารถดำเนินการคัดสรรสมาชิกตั้งแต่ 1 คนขึ้นไป โดยไม่จำกัดจำนวนที่แน่ชัดซึ่งสมาชิกแต่ละคนจำเป็นต้องมีความถนัดที่แตกต่างกัน (5) การเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Learning) จากการสืบค้นแหล่งข้อมูลหลากหลายรูปแบบ เพื่อศึกษาทำความเข้าใจในการปฏิบัติงานหรือสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง (6) การสร้างเครือข่ายของผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน (Subject Matter Expert) ในรูปแบบการบรรยายจากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับสายอาชีพงานบริการทั้งภาครัฐบาลและเอกชน (7) การแสดงบทบาทสมมติ (Role Play) จากสถานการณ์ที่ถูกกำหนดขึ้นภายใต้เงื่อนไขพร้อมกับการกำหนดหน้าที่ออกเป็นฝ่ายหรือแผนกที่ชุด เพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมการมีปฏิบัติสัมพันธ์ที่สะท้อนให้เห็นการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

จากนั้นสมาชิกในที่ประชุมกลุ่มยังคงร่วมกันพิจารณาองค์ประกอบจากขั้นตอนการวิจัย เพื่อทบทวนความสอดคล้องของตัวชี้วัดสำหรับนำไปเป็นแนวทางการวัดผลความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการจำนวนทั้ง 9 องค์ประกอบ หากคู่มือนี้ถูกนำไปใช้ในสถานปฏิบัติการจริงจะมีส่วนช่วยส่งเสริมพัฒนาทักษะความเอาใจใส่พิเศษสำหรับพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคต่อไปในอนาคต พร้อมกับการนำไปตรวจสอบความคิดเห็นและข้อเสนอแนะซ้ำอีกครั้งจากตัวแทนผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 3 คน ผู้วิจัยสามารถสรุปความสอดคล้องจากการในรูปแบบดังตารางที่ 62

ตาราง 62 แสดงรายละเอียดตัวชี้วัดในแต่ละองค์ประกอบ

องค์ประกอบของ ความเอาใจใส่ พิเศษ	หัวข้อการประเมิน	ตัวชี้วัดในแต่ละองค์ประกอบ
ความต้องการ ความรู้ (Need Knowledge)	ความรู้ความเข้าใจในภาระหน้าที่ตาม ฝ่ายหรือแผนก พร้อมความสามารถ ในการให้บริการแก่ผู้รับบริการแต่ ละภูมิภาคต่างๆ ด้วยการสื่อสาร ภาษาอังกฤษและเทคโนโลยีสารสนเทศ	<ul style="list-style-type: none"> • สินค้าและบริการมีคุณลักษณะสมบูรณ์ไม่ ต่ำกว่าร้อยละ 90 และ • สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและ แหล่งบริการได้ไม่ต่ำกว่า 6 รายการ <u>หรือข้อใดข้อหนึ่งต่อไปนี้</u> • สามารถให้บริการผู้รับบริการชาวต่างชาติ ได้ไม่น้อยกว่า 6 ราย ต่อ เดือน • สามารถใช้โปรแกรมที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสาร อย่างน้อย 3 รายการ
การตัดสินใจ (Decision Marking)	การวิเคราะห์จากประสบการณ์การ ปฏิบัติงานในการแก้ไขปัญหา สามารถ คาดคะเนความต้องการของผู้รับบริการ และการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อ ออกแบบการบริการในแต่ละวันให้มี ความแตกต่าง	<ul style="list-style-type: none"> • ความพึงพอใจของผู้รับบริการโดยรวมไม่ต่ำ กว่าร้อยละ 60 <u>หรือ</u> • การปฏิบัติจะต้องไม่ขัดแย้งกับนโยบายของ องค์กร <u>และข้อใดข้อหนึ่งต่อไปนี้</u> • การออกแบบภาระงานให้มีความ สะดวกสบาย หรือมีความสวยงาม หรือมี ความแปลกใหม่อย่างน้อย 1 รายการ ต่อ 3 เดือน
ความจำ (Memory)	การเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญของผู้รับบริการ เช่น ชื่อ-นามสกุล อายุ อาชีพ ภูมิลำเนา โรคประจำตัว เป็นต้น รวมถึงการสังเกต รายละเอียดของผู้รับบริการในระหว่าง ที่เข้าพัก	<ul style="list-style-type: none"> • การเตรียมความพร้อมก่อนการบริการ ที่ เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เข้าพักจาก เอกสารการจอง จำนวน 3 รายการขึ้นไป ต่อ ผู้รับบริการ 1 คน เช่น ชื่อ-นามสกุล อายุ อาชีพ ภูมิลำเนา สัญชาติ รสนิยม เป็นต้น <u>และ</u> • พบข้อผิดพลาดในการให้บริการแก่ ผู้รับบริการรายเก่าไม่เกิน 1 ครั้ง ต่อ 3 เดือน

ตาราง 62 แสดงรายละเอียดตัวชี้วัดในแต่ละองค์ประกอบ (ต่อ)

องค์ประกอบของ ความเอาใจใส่ พิเศษ	หัวข้อการประเมิน	ตัวชี้วัดในแต่ละองค์ประกอบ
ทัศนคติ (Attitude)	การตระหนักถึงบทบาทที่ดีต่อองค์กร ตนเอง และผู้รับบริการ ตลอดจนการ การปฏิบัติงานบนพื้นฐานของหลัก คุณธรรมจริยธรรม และมีความพร้อม อุทิศตนในการรักษาทรัพยากรของ ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> • อัตราการขาด ลามาสายของพนักงาน บริการไม่เกิน 3 ครั้ง ต่อ เดือน และ • พนักงานบริการมีข้อเสนอแนะต่อองค์กรที่ เป็นประโยชน์อย่างน้อย 1 เรื่อง ต่อ คน ต่อ เดือน และข้อใดข้อหนึ่งต่อไปนี้ • ลดค่าใช้จ่ายการดำเนินงานลดลง ร้อยละ 5 • ไม่พบข้อร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาด้าน สิ่งแวดล้อมจากชุมชนท้องถิ่น
การรับรู้ (Recognition)	การเรียนรู้จากปัญหาของผู้รับบริการ แต่ละราย รวมถึงการมีทักษะความ เฉลียวใจของพนักงานในการซักถาม ปัญหาเมื่อเกิดความไม่เข้าใจสิ่งที่ ผู้รับบริการต้องการ	<ul style="list-style-type: none"> • การจดบันทึกปัญหาการบริการและข้อ ร้องเรียนต่างๆ จากผู้รับบริการไม่น้อยกว่า 10 รายการต่อเดือน และข้อใดข้อหนึ่งต่อไปนี้ • การตอบรับข้อร้องเรียนภายในเวลา 24 ชั่วโมง • มีการรายงานผลวิธีการแก้ไขปัญหาในแต่ละ สัปดาห์
การโต้ตอบอารมณ์ (Interaction)	สามารถเลือกรูปแบบวิธีการสื่อสาร ออกมาได้อย่างเหมาะสม และพบข้อ ร้องเรียนในการบริการจากผู้รับบริการ ลดลง	<ul style="list-style-type: none"> • ปัญหาความขัดแย้งและการเผชิญหน้ากับ ผู้รับบริการคิดเป็น 0 และ • ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานได้รับข้อร้องเรียน ลดลงร้อยละ 90
ความเสมอภาค (Equality)	การส่งมอบการบริการที่มีความเท่า เทียมกันทุกราย และพนักงานบริการ สามารถออกแบบกระบวนการ ให้บริการภายใต้ระยะเวลาที่เหมาะสม	<ul style="list-style-type: none"> • ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการรอคอยการบริการ ลดลง 1 ครั้ง ต่อ เดือน และข้อใดข้อหนึ่งต่อไปนี้ • มีการจัดทำแผนภาพพิมพ์เขียวบริการเป็น ฝ่ายหรือแผนกทุก 6 เดือน • ระยะเวลาในการให้บริการไม่เกิน 15 นาที ต่อ ราย

ตาราง 62 แสดงรายละเอียดตัวชี้วัดในแต่ละองค์ประกอบ (ต่อ)

องค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษ	หัวข้อการประเมิน	ตัวชี้วัดในแต่ละองค์ประกอบ
การยกย่องให้เกียรติ (Commendation)	คำนึงถึงความเป็นส่วนตัวด้วยกิริยาท่าทางที่ตระหนักถึงกาลและเทศะ ร่วมกับการป้องกันความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของผู้รับบริการ	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้รับบริการกลับมาใช้บริการซ้ำภายใน 6 เดือน และขอติดต่อหนึ่งต่อไป • ทรัพย์สินของผู้รับบริการไม่สูญหาย หรือในกรณีที่ลืมไว้ภายในโรงแรมพนักงานจะต้องประสานงานส่งคืนผู้รับบริการไม่เกิน 7 วัน • ผู้รับบริการจะได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางไปส่งยังบริเวณจุดจอดรถยนต์โดยสารทุกครั้ง
การสร้างความสุข (Happiness)	ตั้งแต่วินาทีแรกที่พบเจอผู้รับบริการ จนถึงการสิ้นสุดการให้บริการด้วยวิธีการต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น บุคลิกภาพที่มีความเป็นมืออาชีพ การใช้ทรัพยากรหรือกิจกรรมต่างๆ ภายในโรงแรม	<ul style="list-style-type: none"> • พนักงานบริการมีการบริการพิเศษหรือการต้องตามช่วงเทศกาลสำคัญและวันหยุดนักขัตฤกษ์ และขอติดต่อหนึ่งต่อไป • ข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นเชิงบวกจากผู้รับบริการ เพิ่มขึ้นตามช่องทางออนไลน์หรือช่องทางอื่นๆ ไม่น้อยกว่า 12 ความคิดเห็น ต่อเดือน และ • พนักงานบริการมีบุคลิกภาพและการดูแลรักษาความสะอาดของร่างกายในทุกวัน

จากตารางที่ 62 แสดงให้เห็นถึงการกำหนดกรอบมาตรฐานการบริการภายในโรงแรมประเภทบูติค เพื่อใช้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค ในขณะที่หัวข้อการประเมินคุณลักษณะของพนักงานบริการทั้ง 9 องค์ประกอบ ร่วมกับการพิจารณาตัวชี้วัดในแต่ละองค์ประกอบซึ่งถูกออกแบบให้มีความแตกต่างกันตามคุณสมบัติของแต่ละด้าน เช่น การเพิ่มขึ้น การกำหนดขั้นต่ำ การเทียบเท่า การควบคุมตามวัตถุประสงค์ขององค์กร เป็นต้น ซึ่งหน้าที่ของตัวชี้วัดที่ถูกกำหนดในคู่มือจะสามารถนำไปตรวจสอบผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริการแบบรายบุคคลให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ โดยจะต้องอาศัยพื้นฐานของคุณธรรมจริยธรรมในระหว่างการทำงาน สามารถตรวจสอบข้อผิดพลาดในระหว่างกระบวนการต่างๆ และการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพบริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้รับบริการได้สัมผัสถึงความพึงพอใจ

บทที่ 5

ผลการทดลองคู่มือ

การทดลองคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทยด้วยระเบียบวิธีวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-Experimental Research) โดยการทดลองใช้คู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย มีการทดสอบก่อนและหลังจากการทดลอง (Pretest-Posttest Control and Experimental Group Design) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่คัดเลือกมาใช้ในการทดลองครั้งนี้ คือ พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย 4 รูปแบบ ได้แก่ (1) ดัดแปลงอาคารเก่าแก่หรือตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน (Culture) (2) หูหราและร่วมสมัย (Luxury and Modern) (3) อยู่ร่วมกับธรรมชาติ (Nature) และ (4) ศิลปะสถาปัตยกรรมการออกแบบ (Art and Thematic) โดยพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงและใกล้เคียงกับกลุ่มประชากร แบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างทดลองจำนวน 11 คน และกลุ่มควบคุมจำนวน 11 คน การรายงานผลการทดลองคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ผู้วิจัยนำเสนอรายละเอียดในลักษณะการบรรยายความเรียงพร้อมรูปภาพโดยแบ่งลำดับเนื้อหาการนำเสนอ ดังนี้

1. ผลการทดลองใช้คู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย กับกลุ่มตัวอย่าง (Quasi-Experimental Research) และมีการวัดผลเปรียบเทียบกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุม

คู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย เป็นเครื่องมือที่ช่วยยกระดับศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ภายในธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก อย่างเช่นโรงแรมประเภทบูติคที่นิยมการบริการด้วยความแตกต่างทางด้านลักษณะทางกายภาพตามทำเลที่ตั้ง รวมถึงแนวคิดการบริการที่มีความเป็นกันเองระหว่างพนักงานบริการและผู้รับบริการ ซึ่งเป็นมิตรใหม่ของการให้บริการทางเลือกที่ได้นำเสนอประสบการณ์ในการเข้าพักแต่ละครั้ง เพื่อให้ทักษะการบริการของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทยมีเอกลักษณ์ทางด้านบริการที่สะท้อนความเป็นมืออาชีพอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย เป็นวิธีการสร้างมูลค่าจากทรัพยากรภายในองค์กรเพื่อเตรียมความพร้อมต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว โดยจะต้องอาศัยความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการแต่ละบุคคล ประกอบด้วย (1) ความต้องการความรู้ (Need Knowledge) (2) การตัดสินใจ (Decision Making) (3) ความจำ (Memory) (4) ทศนคติ (Attitude) (5) การรับรู้ (Recognition) (6) การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) (7) ความเสมอภาค (Equality) (8) การยกย่องให้เกียรติ (Commination) และ (9) การสร้างความสุข (Happiness) ภายใต้แนวคิด “MIND REACH หมายถึง การบรรลุด้วย

หัวใจ” สำหรับการทดลองภาคสนามของคู่มือนี้ ได้ดำเนินการระหว่างวันที่ 7 – 8 พฤศจิกายน 2560 มีรายละเอียด ดังนี้

วันที่ 7 พฤศจิกายน 2560 กลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มทดลองจำนวน 11 คน จากพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคทั้ง 4 รูปแบบได้เข้ารับการทดลองคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศ ไทยที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นจากการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยรับหน้าที่เป็นผู้สังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participation Observation) พร้อมกับการบันทึกภาพเคลื่อนไหว ร่วมกับการจดบันทึกรายละเอียดของงาน พฤติกรรมและผลลัพธ์ของกิจกรรมต่างๆ ในแต่ละองค์ประกอบตามลำดับช่วงเวลา ซึ่งผู้วิจัยได้ชี้แจง วัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมตามรายละเอียดที่ระบุไว้ รวมถึงประวัติความเป็นมาของการวิจัยตาม วัตถุประสงค์ของการทดลองครั้งนี้ จากนั้นผู้เข้าร่วมการทดลองทั้งหมดจะต้องทำแบบทดสอบก่อน การอบรม (Pretest) เพื่อประเมินทักษะความรู้และความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรม ประเภทบูติค สามารถนำไปเปรียบเทียบหลังผ่านการทดลองใช้คู่มือ ซึ่งภายในแบบทดสอบมีข้อ คำถามทั้งสิ้น 45 ข้อ มีกำหนดระยะเวลาการทำข้อสอบภายใน 45 นาที

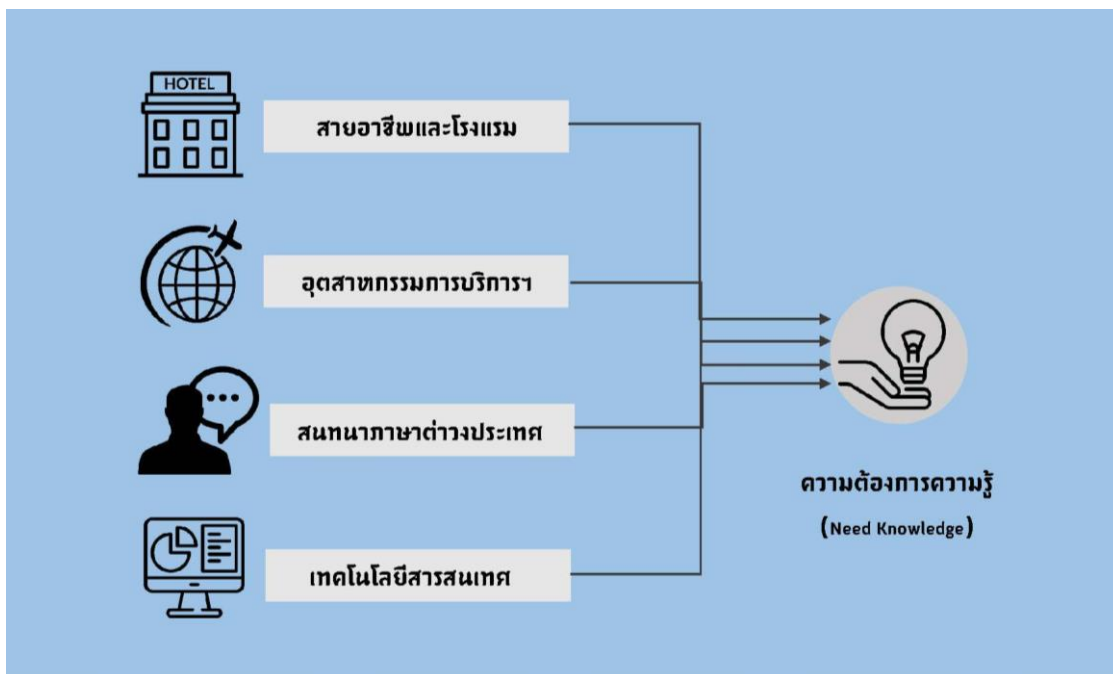
ความต้องการความรู้ (Need Knowledge)

ช่วงกิจกรรมการเรียนรู้ที่ 1 ด้านความต้องการความรู้ (Need Knowledge) สำหรับ พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค โดยใช้เนื้อหาการบรรยายให้เห็นถึงพื้นฐานของขอบเขตหน้าที่ พนักงานบริการที่อ้างอิงจากมาตรฐานข้อตกลงยอมรับร่วมกันในคุณสมบัติของผู้ปฏิบัติงานด้านการ ท่องเที่ยวในประชาคมอาเซียน ASEAN MRA (ASEAN Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professional) ในกลุ่มสาขาธุรกิจโรงแรม โดยอ้างอิงจากสถาบันพัฒนาบุคลากรการ ท่องเที่ยว ปี 2558 ประกอบด้วย 4 แผนก ได้แก่ งานครัว (Food Production) งานห้องแม่บ้าน (Housekeeping) งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) และงานต้อนรับส่วนหน้า (Front Office) ซึ่งผลจากกิจกรรมการทดลองดังกล่าวพบว่า พนักงานบริการของโรงแรม ประเภทบูติคบางแห่ง เช่น รูปแบบอยู่ร่วมกับธรรมชาติ (Nature) และรูปแบบศิลปะสถาปัตยกรรม การออกแบบ (Art and Thematic) มีพื้นฐานความรู้ด้านการบริการจากการกำหนดโครงสร้างองค์กร ที่ไม่เป็นทางการ มีจำนวนบุคลากรที่ไม่มากนักและอาศัยสมาชิกภายในครอบครัวเป็นพนักงานบริการ ที่สามารถทำได้ในทุกตำแหน่งหน้าที่ จึงมีหลากหลายตำแหน่งหน้าที่ภายในโรงแรม ที่ผู้เข้าร่วมการทดลองยังขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ในบางสถานการณ์ความรู้ความเข้าใจด้าน หน้าที่ความรับผิดชอบในฝ่ายหรือแผนกเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการต้องเรียนรู้ด้วยตนเองตามประสบการณ์ ในการปฏิบัติหน้าที่ รวมถึงสมาชิกที่เข้าร่วมการทดลองจำนวนมากไม่ได้มีคุณวุฒิทางการศึกษาที่ เกี่ยวข้องกับการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว จากนั้นคู่มือได้กำหนดการกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อ เสริมสร้างความเข้าใจโดยใช้การหมุนเวียนเปลี่ยนงาน โดยทดลองให้ผู้เข้าร่วมการทดลองได้ลองฝึก ปฏิบัติปฏิบัติในตำแหน่งงานต้อนรับส่วนหน้า (Front Office) ซึ่งเนื้อหาของงานเป็นการแสดง กระบวนการต้อนรับ เป็นเทคนิคที่พนักงานบริการสามารถเรียนรู้ภาระหน้าที่ที่อยู่นอกเหนือจากการ ปฏิบัติงานที่เคยทำในแต่ละวัน ผู้วิจัยได้สังเกตพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมการทดลองบางรายที่ไม่เคย ปฏิบัติงานต้อนรับส่วนหน้ามาก่อน จะแสดงออกถึงความกระตือรือร้นในการเรียนรู้การปฏิบัติงานเป็น ครั้งแรกทุกขั้นตอน

กิจกรรมในลำดับต่อมาของคู่มือได้นำเสนอความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมถึงการอธิบายความสัมพันธ์ของธุรกิจบริการอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงแรมประเภทบูติค และการนำเสนอแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อสะท้อนให้ผู้เข้าร่วมการทดลองในฐานะผู้ให้บริการสามารถเตรียมความพร้อมสำหรับการปฏิบัติหน้าที่ให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการบริการเป็นหัวใจสำคัญ ซึ่งในขณะเดียวกันสิ่งที่พนักงานบริการต้องเตรียมความพร้อมสำหรับการให้บริการนั้นก็คือ ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจบริการที่อยู่ในบริเวณเดียวกับโรงแรมประเภทบูติคแต่ละแห่ง โดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองจากการศึกษาดูงานในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงวัฒนธรรมตามหลักแผนแม่บทโลกที่ 21 (Agenda 21) เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมองค์ประกอบด้านความต้องการความรู้ พร้อมรับฟังคำแนะนำเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคจากผู้ที่มีประสบการณ์ในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นปลายทางในครั้งนี้ คือ อุทยานประวัติศาสตร์เมืองสิงห์ และสวนไทรโยค ผู้วิจัยค้นพบว่า ระหว่างการนำชมแหล่งท่องเที่ยวผู้เข้าร่วมการทดลองมีการตั้งคำถามเกี่ยวกับเทคนิคการนำเสนอรายละเอียดที่สำคัญแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้รับบริการที่ต้องการสอบถามข้อมูล โดยพื้นฐานความเข้าใจจะต้องมุ่งเน้นทรัพยากรที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น สามารถสะท้อนให้ผู้วิจัยได้รับทราบเกี่ยวกับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วยทรัพยากรที่มีความหลากหลาย ทั้งด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งดึงดูดใจ พนักงานบริการจะต้องสามารถให้ข้อมูลเบื้องต้นแก่ผู้รับบริการ

ความต้องการความรู้ของพนักงานบริการสามารถเพิ่มพูนได้โดยอาศัยรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ในระหว่างการปฏิบัติงานโดยการรับชมการสาธิตวิธีการใช้งานโปรแกรมสำเร็จภายในโทรศัพท์มือถือและคอมพิวเตอร์แบบพกพา เพื่อการนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับงานบริการ ได้แก่ (1) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลการบริการเบื้องต้นผ่านสังคมออนไลน์ เช่น พนักงานฝ่ายขายของโรงแรมต้องนำเสนอข่าวสารกิจกรรมผ่านเฟซบุ๊ก รวมถึงการตอบคำถามเรื่องราคาทำเลที่ตั้งผ่านระบบกล่องข้อความโต้ตอบอัตโนมัติ (Inbox Messenger) และ (2) การใช้โปรแกรมแปลภาษาออนไลน์เพื่อให้สามารถสื่อสารกับผู้รับบริการชาวต่างชาติ โดยระบบจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการปรับเปลี่ยนรูปแบบภาษาจากการสัมผัสแป้นพิมพ์ปกติ และการแสดงผลออกมาเป็นเสียง (Voice Technology) สามารถใช้เป็นแนวทางการสื่อสาร ซึ่งผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมการทดลองที่ให้ความสนใจกับโทรศัพท์มือถือที่มีลักษณะการใช้งานหลากหลาย ซึ่งเป็นคุณสมบัติบางประการยังคงเป็นเรื่องที่ผู้เข้าร่วมการทดลองยังไม่ทราบรายละเอียดมาก่อน อีกทั้งความรู้ความเข้าใจด้านภาษาต่างประเทศอาจถูกแทนที่ได้ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเนื่องจากกิจกรรมการถ่ายทอดความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษที่เป็นภาษาสากลในการสื่อสารสำหรับการเรียนรู้ของพนักงานบริการบางรายอาจเป็นเรื่องเข้าใจยาก เนื่องจากทักษะการรับรู้ของพนักงานบริการแต่ละคนไม่เท่ากัน จึงมุ่งเน้นการเรียนการสอนที่สร้างความเข้าใจเฉพาะรูปประโยคสนทนาเพียงบางตอนเท่านั้น เช่น การกล่าวทักทาย การกล่าวอำลา การกล่าวขอโทษเมื่อกระทำผิด การ

ปฏิเสธ เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถอธิบายความต้องการความรู้ (Need Knowledge) ในส่วนประกอบย่อยดังแผนภาพที่ 29



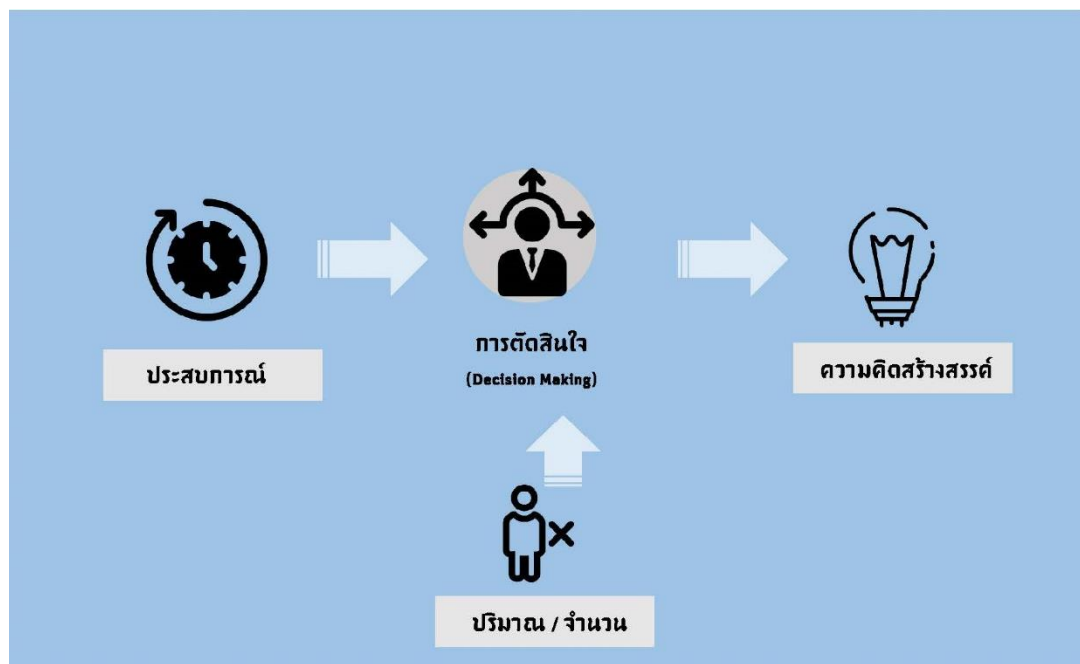
ภาพที่ 29 ส่วนประกอบของความเอาใจใส่พิเศษด้านความต้องการความรู้ (Need Knowledge) ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

จากแผนภาพที่ 29 แสดงให้เห็นองค์ประกอบของความต้องการความรู้ (Need Knowledge) ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค ที่ต้องอาศัยพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบในตำแหน่งงานที่มีความหลากหลาย โดยพนักงานบริการที่มีพื้นฐานความรู้ทางด้านวิชาชีพโรงแรมจะสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างถูกต้อง ในส่วนของความต้องการความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ รวมถึงลักษณะของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคนั้นเป็นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนให้พนักงานบริการสามารถเตรียมความพร้อมในการให้บริการ และความรู้ความเข้าใจด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษช่วยให้พนักงานบริการสามารถสนทนากับผู้รับบริการชาวต่างชาติได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งพนักงานบริการจะต้องเตรียมความพร้อมเอาไว้ล่วงหน้าก่อนการบริการ ชุดข้อมูลต่างๆ ที่อยู่นอกเหนือความรู้ที่เกี่ยวข้องกับทักษะทางวิชาชีพสามารถใช้คุณสมบัติของเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาทดแทน เพื่อเพิ่มความเข้าใจภายในระยะเวลาที่เร่งรีบ อย่างไรก็ตามความต้องการความรู้ต้องอาศัยกิจกรรมที่มีความหลากหลาย เช่น การหมุนเวียนเปลี่ยนงานเพื่อฝึกฝนความชำนาญในด้านอาชีพตามฝ่ายหรือแผนก การศึกษาดูงานในสถานที่จริงที่ช่วยให้ผู้รับบริการเกิดความเข้าใจในปรากฏการณ์และรายละเอียดของสถานที่แห่งนั้น การสาธิตการใช้อุปกรณ์สำหรับการสื่อสาร เป็นต้น ซึ่งพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคจะต้องปรับปรุงความรู้ความเข้าใจของตนเองให้มีความร่วมสมัยตลอดเวลา

การตัดสินใจ (Decision Marking)

ช่วงกิจกรรมการเรียนรู้ที่ 2 ด้านการตัดสินใจ (Decision Marking) สำหรับพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติก โดยการใช้กิจกรรมการมอบหมายงานภาระหน้าที่ในการรับชมภาพยนตร์สั้นที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ “ผู้รับบริการพบสิ่งลึกลับเหนือธรรมชาติภายในห้องพักในยามวิกาล” จากนั้นให้ผู้เข้าร่วมการทดลองแต่ละคนวิเคราะห์ตัดสินใจเพื่อหาทางแก้ไขปัญหาจากสิ่งที่เกิดขึ้น โดยสามารถเชื่อมโยงจากประสบการณ์ในการปฏิบัติงานแต่ละบุคคล โดยใช้กิจกรรมการมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษแก่พนักงาน โดยการให้พนักงานแต่ละคนนำเสนอปัญหาที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการให้บริการจากกรณีศึกษา “ผู้รับบริการพบสิ่งลึกลับเหนือธรรมชาติภายในห้องพักในยามวิกาล” ผู้วิจัยกำหนดให้คลิปวิดีโอที่ผ่านการถ่ายจากเค้าโครงเรื่องจริงมาใช้เป็นสื่อในการเรียนรู้ในการตัดสินใจ จากนั้นผู้เข้าร่วมการทดลองแต่ละคนได้ถ่ายทอดความคิดเห็นที่สามารถใช้เป็นแนวทางแก้ไขปัญหาจากกรณีศึกษา พร้อมกับกิจกรรมต่อเนื่องกับข้อกำหนดให้พิจารณาจำนวนตัวละครในคลิปวิดีโอที่เป็นผู้รับบริการ เพื่อจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกให้เกิดความเหมาะสมกับสมาชิกแต่ละคนสำหรับกระบวนการตัดสินใจของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกที่เข้าร่วมการทดลองพบว่า ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานมีผลต่อการตัดสินใจอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะผู้ที่ปฏิบัติงานมากกว่า 1 ปี จะสามารถเชื่อมโยงเหตุการณ์ต่างๆ ที่เคยประสบพบเจอมาในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานยังเป็นส่วนหนึ่งของพื้นฐานความรู้ทางด้านวิชาชีพที่พนักงานบริการทุกคนจะต้องนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหา รวมถึงประสบการณ์สำหรับกลุ่มทดลองยังถูกตีความไปในฐานะของผู้รับบริการในสถานประกอบการอื่น สามารถนำมาเป็นส่วนช่วยสนับสนุนการตัดสินใจให้เลือกแนวทางการปฏิบัติตามลำดับขั้นตอนได้อย่างเหมาะสม

การตัดสินใจของพนักงานบริการสามารถพัฒนาไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ได้ โดยใช้กิจกรรมการระดมสมอง เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดระหว่างกลุ่มผู้เข้าร่วมการทดลองที่มาจากต่างสถานประกอบการ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวมีการถ่ายทอดคำสั่งให้ผู้เข้าร่วมการทดลองออกแบบสินค้าและบริการจะต้องสามารถสร้างความแปลกใหม่ โดยสิ่งที่ผู้เข้าร่วมทดลองเลือกสร้างสรรค์ขึ้นจากการระดมสมองตามความเข้าใจของสมาชิก แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะดังนี้ งานแม่บ้าน (Housekeeping) ที่จะต้องดูแลความเรียบร้อยภายในห้องพัก พร้อมกับการใช้แนวคิดทางศิลปะในการออกแบบนั้น เพื่อสร้างประสบการณ์กับผู้รับบริการให้แตกต่างไปจากเดิม โดยการตกแต่งห้องตามเทศกาลหรือโอกาสสำคัญ เช่น วันครบรอบแต่งงาน วันแห่งความรัก เป็นต้น สำหรับงานครัว (Food Production) ที่ผู้เข้าร่วมการทดลองออกแบบรายการอาหารที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น รวมถึงการตกแต่งจานอาหารด้วยวัตถุดิบปลอดสารพิษ พร้อมเพิ่มสีสันจากผักผลไม้ลงไปในงานอาหารให้มีความสวยงามตามที่ได้กล่าวจะพบว่า ความคิดสร้างสรรค์ของผู้เข้าร่วมการทดลองจะเลือกใช้ความสวยงามที่สะดุดตา เพื่อดึงดูดใจผู้รับบริการ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ในปฏิบัติงานเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะพนักงานบริการที่ปฏิบัติงานมายาวจะกลายเป็นผู้นำความคิดของสมาชิกในกลุ่มทดลอง ทั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถอธิบายการตัดสินใจ (Decision Marking) ในส่วนประกอบย่อยดังแผนภาพที่ 30



ภาพที่ 30 ส่วนประกอบของความเอาใจใส่พิเศษด้านการตัดสินใจ (Decision Making) ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย

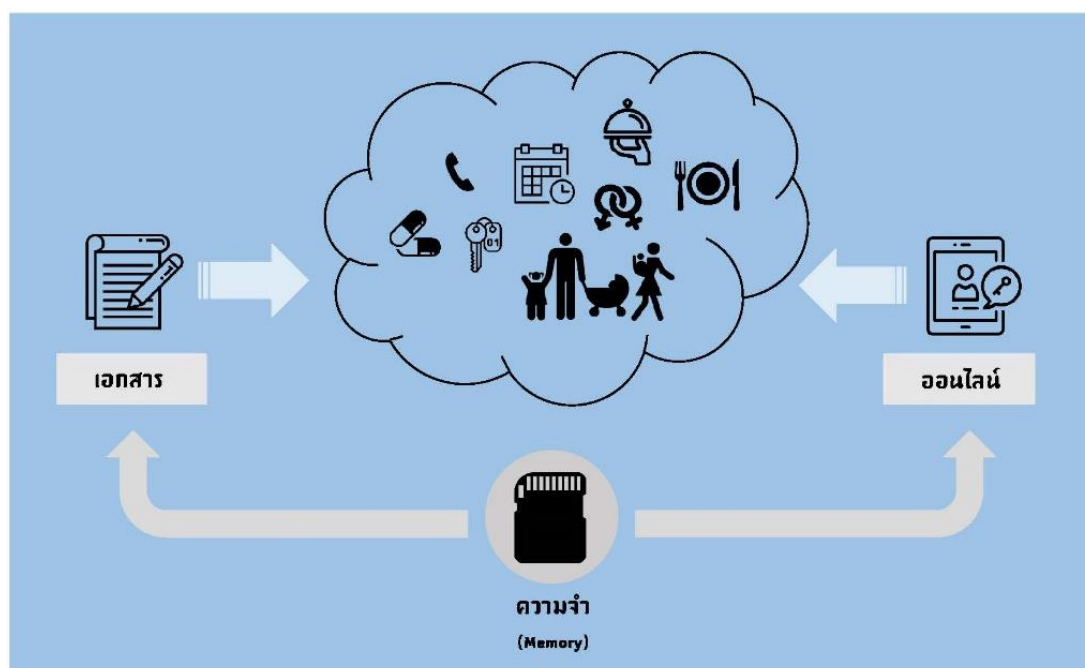
จากแผนภาพที่ 30 แสดงให้เห็นองค์ประกอบของการตัดสินใจ (Decision Making) ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติก ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการใช้ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานเป็นพื้นฐานที่ในการคิดวิเคราะห์ ในขณะที่เดียวกันผู้วิจัยยังพบว่า ประสบการณ์ของพนักงานบริการมีความเกี่ยวข้องกับความรู้ความเข้าใจในภาระหน้าที่ของแต่ละบุคคล ซึ่งการตัดสินใจจะต้องอาศัยกระบวนการจากพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับขอบเขตหน้าที่เป็นส่วนสนับสนุนให้เกิดรูปแบบความ รวมถึงการพิจารณาความพร้อมของทรัพยากรต่างๆ ภายในโรงแรมให้สามารถรองรับจำนวนของผู้รับบริการทุกราย โดยผู้วิจัยได้กำหนดกิจกรรมการเรียนรู้ที่กระตุ้นการสร้างความคิดด้วยตนเอง จากการระดมความคิดจากเพื่อนสมาชิกต่างสถานประกอบ เพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้มุมมองที่แปลกใหม่ในการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการอื่นๆ สามารถสร้างสรรค์เป็นสินค้าและบริการที่มีรูปลักษณะที่แตกต่างไปจากเดิม ทั้งนี้ ทักษะการตัดสินใจเป็นสิ่งต้องอาศัยระยะเวลาในการฝึกฝนอย่างต่อเนื่องร่วมกับประสบการณ์ในการปฏิบัติงานแต่ละครั้งจะช่วยให้พนักงานบริการเกิดความเข้าใจในการเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ความจำ (Memory)

ช่วงกิจกรรมการเรียนรู้ที่ 3 ด้านความจำ (Memory) สำหรับพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติก เป็นทักษะที่จะต้องใช้ประสาทสัมผัสจากส่วนต่างๆ ของร่างกาย เพื่อจัดเก็บชุดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้รับบริการมาใช้สำหรับการอำนวยความสะดวกในการให้บริการได้อย่างถูกต้อง โดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองจากวิธีการจดจำข้อมูลของผู้รับบริการที่ปรากฏบนบัตรประจำตัว

ประชาชน ซึ่งเป็นเอกสารสำคัญที่ใช้ในการเข้าห้องพักแรม โดยใช้ระยะเวลาไม่เกิน 2 นาที พร้อมระบุรายละเอียดลงในแบบบันทึก ผลของการจัดกิจกรรมพบว่า ปริมาณข้อมูลที่มาภายใต้ระยะเวลาที่จำกัด ผู้เข้าร่วมการทดลองจะสามารถจดจำรายละเอียดของผู้รับบริการเพียงแค่ 1-2 รายการ เท่านั้น เช่น ชื่อ-นามสกุล วันเดือนปีเกิด เป็นต้น สำหรับสมาชิกที่เข้าร่วมการทดลองบางรายอาจเลือกจดจำแค่ชื่อเพียงอย่างเดียว ผู้วิจัยยังคงสังเกตปฏิบัติการตอบสนองต่อกิจกรรมของผู้เข้าร่วมการทดลองได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี โดยเฉพาะผู้เข้าร่วมการทดลองจำนวนมากตัดสินใจเดินมาออกมาใกล้ชิดกับบริเวณจอภาพ เพื่อความสะดวกในการจดจำรายละเอียดให้มากยิ่งขึ้น สำหรับกิจกรรมต่อไปผู้วิจัยได้ลดทอนเงื่อนไขของระยะเวลาการทำกิจกรรม เพียงแค่เปิดคลิปวิดีโอที่เป็นสถานการณ์ภายในโรงแรมแห่งเท่านั้น จากนั้นคำสั่งในคู่มือ ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมการทดลองต้องจดบันทึกรายละเอียดที่เป็นรูปพรรณสัณฐานของผู้รับบริการและจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางทั้งหมด เช่น เพศ การแต่งกาย ลักษณะเด่นทางสรีระส่วนบุคคล เป็นต้น ผลของการดำเนินกิจกรรมปรากฏว่า สมาชิกผู้เข้าร่วมการทดลองจำนวนมากสามารถจดจำเพียงตัวละครหลักได้มากที่สุด คือ 2 คน สำหรับตัวละครอื่นๆ ไม่สามารถระบุรายละเอียดที่ชัดเจนได้ ในระหว่างการปฏิบัติหน้าที่การแสดงความเอาใจใส่ด้วยวิธีการจดจำข้อมูลภายในระยะเวลาที่จำกัดเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการต้องเฝ้าสังเกตพฤติกรรมของผู้รับบริการ รวมถึงพิจารณาจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาด้วยในแต่ละครั้ง หลังจากการสนทนากลุ่มของกิจกรรมภายหลังยังพบว่า พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคต้องพบเจอกับผู้รับบริการหลากหลายช่วงอายุ การแสดงความเอาใจใส่ด้วยการจดจำสมาชิกให้ครบถ้วนจึงเป็นสิ่งสำคัญที่พนักงานบริการต้องนำกลับไปพัฒนาความสนใจผู้รับบริการในระหว่างการปฏิบัติหน้าที่

ด้านความจำของพนักงานบริการสามารถค้นพบข้อคิดเห็นเพิ่มเติมการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง เนื่องจากโรงแรมประเภทบูติคเป็นโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก บางครั้งพนักงานบริการจำเป็นต้องพิจารณาข้อคิดเห็นที่มีต่อการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ผู้วิจัยได้กำหนดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองจากการค้นหาข้อร้องเรียนหรือข้อคิดเห็นจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage) หรือกลุ่มเว็บไซต์สำรองการบริการเพื่อการท่องเที่ยว (OTA: Online Travel Agent) โดยใช้โทรศัพท์มือถือที่ผู้เข้าร่วมการทดลองแต่ละคนนำติดตัวมา สำหรับใช้ในการค้นหาข้อมูลของผู้รับบริการที่เคยมาใช้บริการในโรงแรมประเภทบูติคแต่ละแห่ง ซึ่งความสามารถของเว็บไซต์ทั้ง 2 ลักษณะสามารถจัดอันดับความนิยม ซึ่งการจดจำรายละเอียดของผู้เข้าร่วมการทดลองได้สะท้อนมุมมองในฐานะผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริการและการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงการบริการและการเตรียมความพร้อมแก่สมาชิกผู้เข้าร่วมการทดลองท่านอื่น สำหรับผู้วิจัยคิดว่ากิจกรรมการเรียนรู้ในลักษณะดังกล่าวเหมาะสมกับการปรับเปลี่ยนไปอยู่ในองค์ประกอบด้านการรับรู้ (Recognition) เพื่อช่วยให้รายละเอียดขององค์ประกอบดังกล่าวมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เนื่องด้วยองค์ประกอบด้านความจำมีความเกี่ยวข้องกับทักษะการรับรู้ของพนักงานบริการในแต่ละบุคคลที่ไม่เท่ากัน ทั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถอธิบายความจำ (Memory) ในส่วนประกอบย่อยดังแผนภาพที่ 31



ภาพที่ 31 ส่วนประกอบของความเอาใจใส่พิเศษด้านความจำ (Memory) ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย

จากแผนภาพที่ 31 แสดงให้เห็นองค์ประกอบของความจำ (Memory) ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติก โดยอาศัยการเก็บรวบรวมในระหว่างการปฏิบัติหน้าที่ ในเบื้องต้นสามารถพิจารณาได้จากเอกสารสำคัญที่ระบุข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับบริการ ซึ่งพนักงานบริการอาจคัดเลือกข้อมูลที่มีความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ เช่น ชื่อ-นามสกุล ศาสนา เชื้อชาติ วันเดือนปีเกิด เป็นต้น พร้อมกับการสังเกตพฤติกรรมของผู้รับบริการและจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาในแต่ละครั้ง เพื่อนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจในการให้บริการ ภายในคู่มือกำหนดให้ผู้เข้าร่วมการทดลองได้เรียนรู้ด้วยตนเองโดยใช้การสังเกตและจดบันทึกรายละเอียดที่สำคัญ โดยพนักงานบริการแต่ละรายจะต้องพิจารณาถึงความสามารถในการจดจำข้อมูลและการใช้เทคนิคส่วนบุคคลในการบ่งชี้ลักษณะของผู้รับบริการ เช่น สีมิว รูปร่าง การแต่งกาย สัญชาติ เป็นต้น นอกจากนี้ คู่มือยังระบุแนวทางการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการรายเก่า ที่ได้ฝากข้อร้องเรียนหรือข้อคิดเห็นเอาไว้ในช่องทางออนไลน์ต่างๆ ที่พนักงานบริการสามารถเรียนรู้ได้จากการสืบค้นให้มาซึ่งข้อมูลเหล่านั้น เพื่อนำไปวิเคราะห์แก้ไขข้อบกพร่องหรือใช้สำหรับการวางแผนการบริการในครั้งต่อไป

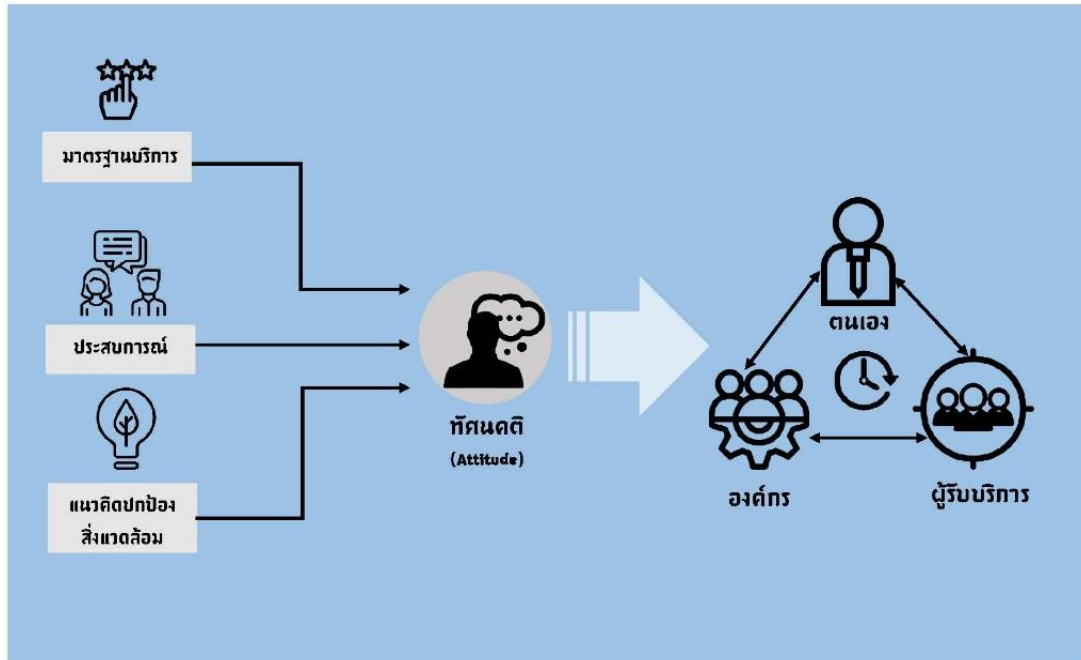
ทัศนคติ (Attitude)

ช่วงกิจกรรมการเรียนรู้ที่ 4 ด้านทัศนคติ (Attitude) สำหรับพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติก โดยใช้กิจกรรมการบรรยายเนื้อหาให้เห็นถึงการปฏิบัติงานภายในโรงแรมกับการเติบโตในสายอาชีพ ต้องอาศัยช่วงเวลาสำคัญของชีวิตที่เหมาะสมกับโอกาสในการสนับสนุนจากประสบการณ์ของวิทยากรที่เคยประกอบอาชีพพนักงานโรงแรม เนื่องจากผู้เข้าร่วมการทดลอง

บางรายมีคุณวุฒิการศึกษาที่ไม่สูงมาก การกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาตนเองอาจยังไม่ชัดเจนหรือไม่สามารถสะท้อนความก้าวหน้าต่อไปในอนาคต จากนั้นผู้วิจัยได้กำหนดให้สมาชิกที่เข้าร่วมการทดลองถ่ายทอดเป้าหมายในอาชีพที่ตนเองต้องการ ซึ่งผู้วิจัยพบว่า พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคมีมุมมองที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่ความต้องการพื้นฐานและความผูกพันที่มีต่อองค์กร สามารถอธิบายประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้ (1) การย้ายกลับภูมิลำเนาหรือประกอบอาชีพบริการในพื้นที่ใกล้บ้าน (2) การก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กในพื้นที่เศรษฐกิจ (3) การเติบโตในสายงานเดิมด้วยตำแหน่งงานที่สูงขึ้นต่อไป (4) การย้ายงานเข้าสู่สถานประกอบการที่มีมาตรฐานในระดับสากลหรือโรงแรมระดับ 5 ดาว ในลำดับต่อมาผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบกิจกรรมการประชุมแก้ไขปัญหากลุ่มสมาชิกจำนวน 2 กลุ่ม เพื่อการออกแบบกระบวนการป้องกันปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายในทำเลที่ตั้งของโรงแรม โดยการอ้างอิงได้จากเนื้อหาของมาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน (ASEAN Green Hotel) เป็นส่วนหนึ่งของบทบรรยายของวิทยากรที่สะท้อนให้เห็นการประกอบกิจการที่มีความเอาใจใส่ต่อสภาพแวดล้อม จากกิจกรรมการประชุมแก้ไขปัญหากลุ่มสมาชิกสะท้อนให้เห็นว่าโรงแรมประเภทบูติคที่มีรูปแบบดัดแปลงอาคารเก่าแก่หรือตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน (Culture) และรูปแบบศิลปะสถาปัตยกรรมการออกแบบ (Art and Thematic) นั้น ยังคงขาดการกำหนดมาตรการด้านนโยบายสิ่งแวดล้อมและการดำเนินงานที่ชัดเจน ซึ่งเป็นความสำคัญที่พนักงานบริการจะต้องรับทราบแนวทางการปฏิบัติตนให้ถูกต้อง และเป็นการกำหนดการเฝ้าระวังผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่คาดว่าจะเกิดขึ้นและอาจส่งผลกระทบต่อผู้รับบริการ ได้แก่ คุณภาพน้ำ คุณภาพอากาศ คุณภาพดิน นอกจากนี้ การเอาใจใส่สิ่งแวดล้อมของพนักงานบริการต้องให้ความสำคัญกับการคัดแยกขยะและการอนุรักษ์การใช้พลังงานอย่างจริงจัง

ด้านทัศนคติของพนักงานบริการยังสามารถปลูกฝังโดยการเรียนรู้จากสถานประกอบการที่มีต้นแบบการปฏิบัติงานที่มีกฎระเบียบข้อบังคับ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่ไว้คอยให้บริการ ผู้วิจัยได้คัดเลือกสถานที่สำหรับใช้ในการทดลองคู่มือเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมมอบหมายโครงการพิเศษสำหรับการศึกษา ณ รอยัลริเวอร์แคว รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดกาญจนบุรี เนื่องจากเป็นโรงแรมประเภทบูติคต้นแบบที่ได้รับความนิยมจากเว็บไซต์สำรองบริการเพื่อการท่องเที่ยว (OTA: Online Travel Agent) ได้รับคะแนนความนิยมเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ได้แก่ อโกด้า (Agoda) บুকกิ้ง (Booking) ทริปแอดไวเซอร์ (Tripadvisor) และ ทราเวลโลก้า (Traveloka) อีกทั้งยังได้รับรองด้านการบริการจากสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งเป็นกิจกรรมการเยี่ยมชมสถานที่ทั้งหน้าส่วนงานหน้าบ้าน (Front of the House) และส่วนงานหลังบ้าน (Back of the House) โดยแบ่งผู้เข้าร่วมการทดลองเป็น 2 กลุ่ม หมุนเวียนตามความเหมาะสมกับจำนวนของสมาชิก ผู้วิจัยพบว่า กิจกรรมนี้เป็นส่วนหนึ่งของการเสริมสร้างความเอาใจใส่ด้านทัศนคติเนื่องจากผู้เข้าร่วมการทดลองได้มีโอกาสพบเห็นสถานปฏิบัติการจริงที่มีรายละเอียดของสิ่งอำนวยความสะดวก เนื่องจากสถานประกอบการที่มีศักยภาพทางการบริการและโครงสร้างพื้นฐานน้อยกว่า เช่น โรงแรมประเภทบูติคที่มีรูปแบบดัดแปลงอาคารเก่าแก่หรือตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน (Culture) และรูปแบบศิลปะสถาปัตยกรรมการออกแบบ (Art and Thematic) สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติงานที่ดีต่อไปในการปฏิบัติงาน และการเรียนรู้เกี่ยวกับการประสานงานระหว่างฝ่ายหรือแผนก ตลอดจนการจดจำทักษะของพนักงานบริการที่แสดงขั้นตอนการ

ปฏิบัติงานที่มีความเป็นมืออาชีพ ทั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถอธิบายทัศนคติ (Attitude) ในส่วนประกอบย่อย ดังแผนภาพที่ 32

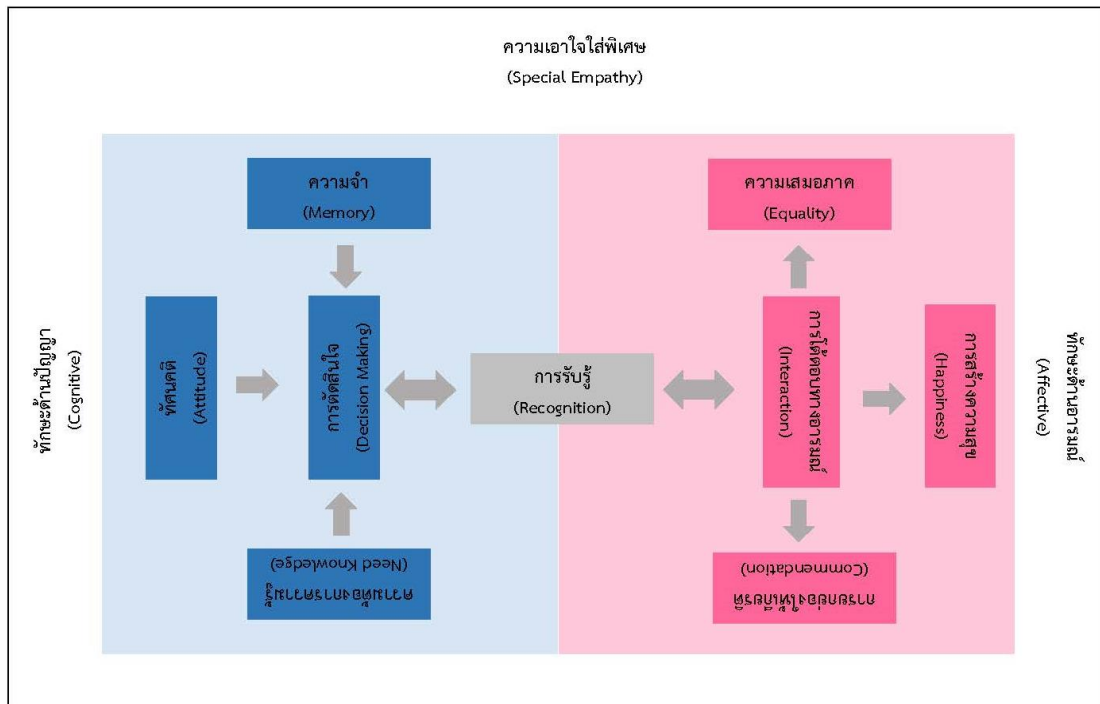


ภาพที่ 32 ส่วนประกอบของความเอาใจใส่พิเศษด้านทัศนคติ (Attitude) ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย

จากแผนภาพที่ 32 แสดงให้เห็นองค์ประกอบของทัศนคติ (Attitude) ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกที่มีต่อเพื่อนร่วมอาชีพ องค์กร และผู้รับบริการ โดยเกิดขึ้นจากประสบการณ์การใช้ชีวิตของพนักงานบริการแต่ละบุคคล ซึ่งทางโรงแรมสามารถพัฒนาทัศนคติการปฏิบัติหน้าที่โดยมุ่งหวังให้พนักงานบริการเกิดความผูกพันต่อองค์กร เพื่อเกิดความพร้อมที่จะเสียสละอุทิศตนเพื่อส่วนรวม ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบกิจกรรมให้สามารถรับรู้ทัศนคติจากการใช้กิจกรรมการแลกเปลี่ยนมุมมองการดำเนินชีวิตภายในองค์กร ร่วมกับการจัดกิจกรรมการประชุมแก้ไขปัญหาการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มที่ต้องการผลักดันให้พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกมีจิตสำนึกต่อสิ่งแวดล้อมและคำนึงผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่น นอกจากนี้การจัดกิจกรรมการศึกษาดูงานภายในสถานประกอบการที่ได้รับการยอมรับด้านมาตรฐานการบริการเป็นส่วนสนับสนุนให้พนักงานบริการสามารถเรียนรู้การปฏิบัติหน้าที่ให้เกิดความถูกต้อง เกิดเป็นแรงบันดาลใจในการปฏิบัติงานและค้นพบแนวทางการเติบโตในสายอาชีพต่อไป

วันที่ 8 พฤศจิกายน 2560 สำหรับวันที่สองของการทดสอบคู่มือต่อเนื่อง จากวันแรกที่ผู้วิจัยได้ออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่มุ่งพัฒนาทักษะทางด้านปัญญา (Cognitvie) ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติก เป็นการใชความสามารถทางด้านสมองในการคิดวิเคราะห์แก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการสะสมข้อมูลต่างๆ มีจำนวนทั้งสิ้น 4 องค์ประกอบ ซึ่งในวันนี้อค์ประกอบที่เหลืออีก 4 องค์ประกอบ จะส่วนช่วยในการพัฒนาทักษะทางด้านอารมณ์ (Affective) ของพนักงาน

บริการโรงแรมประเภทบูติกที่จะต้องถ่ายทอดอารมณ์ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมกับผู้รับบริการ สำหรับอีก 1 องค์ประกอบสุดท้ายอ้างอิงจากขั้นตอนการวิจัยที่ 1 การประยุกต์การทฤษฎีฐานรากและการลำดับข้อสรุปเชิงทฤษฎีจะพบว่า องค์ประกอบด้านการรับรู้ (Recognition) มีความเชื่อมโยงระหว่างการใช้ทักษะทางด้านปัญญาร่วมกับทักษะทางด้านอารมณ์ ผู้วิจัยสามารถอธิบายต้นกำเนิดและความเชื่อมโยงด้านการรับรู้จากแผนภาพที่ 19



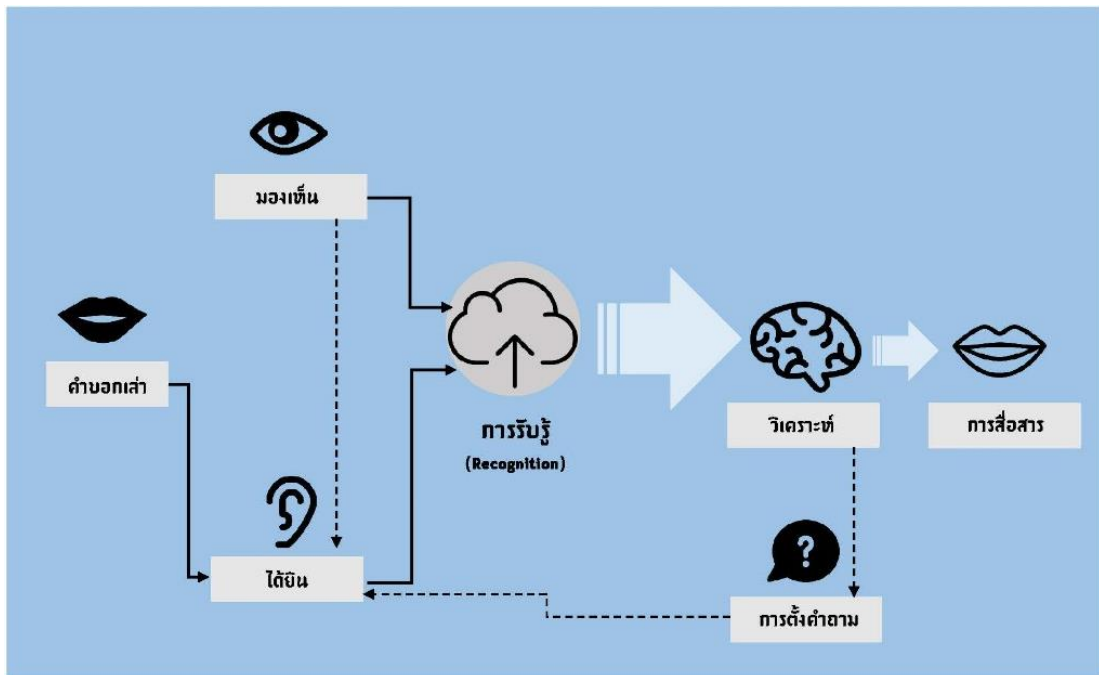
ภาพที่ 19 แสดงขั้นตอนและความสัมพันธ์ขององค์ประกอบความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย

การรับรู้ (Recognition)

ช่วงกิจกรรมการเรียนรู้ที่ 5 ด้านการรับรู้ (Recognition) สำหรับพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติก โดยการรับฟังข้อมูลจากผู้รับบริการที่ต้องการถ่ายทอดในรูปแบบของการสนทนาโต้ตอบ และการเคลื่อนไหวของร่างกาย ผู้วิจัยได้กำหนดให้กิจกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองจากถ่ายทอดคุณลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมให้แก่สมาชิกได้เลือกคำตอบภายในระยะเวลาที่กำหนดไม่เกิน 2 นาที ซึ่งกิจกรรมนี้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมการทดลองได้แบ่งจำนวนสมาชิกจำนวน 2 กลุ่ม ตัวแทนในแต่ละกลุ่มจะต้องจดจำรายละเอียดจากแผ่นป้ายที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกจำนวน 9 รายการ โดยตัวแทนสมาชิกสามารถแสดงท่าทางประกอบเพื่อบ่งบอกให้สมาชิกที่เหลือได้รับรู้สามารถระบุคำตอบที่ถูกต้องที่สุด ในกรณีที่สมาชิกภายในกลุ่มไม่สามารถตอบคำถามติดต่อกันได้ จะได้รับสิทธิในการข้ามข้อคำถามดังกล่าวไป ต่อมาเพื่อความท้าทายกับกิจกรรมให้แตกต่างไปจากเดิมคู่มือ ได้ระบุให้ดำเนินกิจกรรมการสร้างเครือข่ายของผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน โดยแบ่ง

สมาชิกเป็น 2 กลุ่มใหม่อีกครั้ง ซึ่งคัดเลือกตัวแทนจากแต่ละกลุ่มที่คาดว่าจะมีความสามารถในการอ่านและจดจำข้อมูลได้ ซึ่งข้อมูลจำลองจะอธิบายเกี่ยวกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นภายในจำนวน 3 สถานการณ์ ซึ่งตัวแทนที่ถูกคัดเลือกจะต้องเรียงลำดับเรื่องราวต่างๆ และถ่ายทอดความจำไปยังสมาชิกคนแรกที่เป็นผู้รับข้อมูลข่าวสารจนถึงสมาชิกคนสุดท้าย โดยสมาชิกคนสุดท้ายจะต้องลำดับเหตุการณ์ทั้งหมดมีความใกล้เคียงกับข้อมูลที่ได้รับมาตั้งแต่ตอนแรก

ผลลัพธ์ของกิจกรรมการเรียนรู้ทั้ง 2 รูปแบบแสดงให้เห็นว่า พนักงานบริการเกิดการรับรู้ข้อมูลมาจากสิ่งเร้าที่มีผลต่อประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ ตา หู จมูก ปาก และผิวหนัง สิ่งสำคัญที่สุดของการรับรู้ คือ การรวบรวมสมาธิในการรับฟังข้อมูลข่าวสารต่างๆ เหล่านั้นด้วยความตั้งใจ สำหรับกิจกรรมการเรียนรู้แรกจะพบว่า เมื่อสมาชิกภายในกลุ่มแย่งกันตอบคำถามด้วยความเร็วโดยไม่ได้สนใจว่า การแสดงกิริยาท่าทางเหล่านั้นยังไม่เสร็จสิ้นสมบูรณ์ จะเป็นการรับรู้ที่อาจก่อให้เกิดการตีความที่ผิดความหมาย เช่นเดียวกับกิจกรรมที่ 2 การสื่อสารด้วยวิธีการส่งผ่านข้อมูลจากสมาชิกจำนวนมาก สิ่งที่สำคัญในการรับรู้ คือ การรับฟังเพื่อจำใจความสำคัญโดยผู้รับสารจะต้องคงความสมบูรณ์ของเนื้อหาหลักให้ได้มากที่สุดในการสื่อสารแต่ละครั้ง เช่น มีสมาชิกทั้งหมดกี่คน เหตุการณ์เกิดขึ้นที่ไหน และผลลัพธ์ที่กำลังจะตามมาเป็นอย่างไร นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่า ข้อสรุปเชิงทฤษฎีจากการประยุกต์ทฤษฎีฐานรากที่เกี่ยวกับการรับรู้ (Recognition) ในขั้นตอนที่ 1 ของการวิจัย เป็นทักษะความเอาใจใส่ที่ผสมผสานระหว่างทักษะทางด้านปัญญา (Cognitive) กับทักษะทางด้านอารมณ์ (Affective) ซึ่งพนักงานบริการจะต้องอาศัยสิ่งเร้าจากประสาทสัมผัส เพื่อเข้าสู่กระบวนการทางสมองในการจดจำข้อมูล คัดกรองสิ่งที่สำคัญจากข้อมูลที่มีปริมาณ เพื่อทำการตีความหมายจากสิ่งที่ปรากฏ จากนั้นจึงปรับเปลี่ยนรูปแบบข้อมูลตามพื้นฐานความรู้ความเข้าใจของผู้รับสาร หรืออาจเชื่อมโยงจากความรู้ทางประสบการณ์ชีวิตที่ผ่าน ซึ่งเป็นทักษะทางด้านปัญญาของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคที่แสดงออกถึงการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นลำดับ จากนั้นจึงนำเข้าสู่การสร้างรูปแบบการสื่อสารที่พนักงานบริการต้องปรับเปลี่ยนอารมณ์ของตนเองให้สอดคล้องกับสิ่งที่ผู้รับบริการกำลังเผชิญอยู่ เป็นทักษะทางด้านอารมณ์ของผู้รับบริการโดยจะต้องมีหน้าที่ในการเป็นผู้ฟังที่ดีและมีมารยาทในขณะที่กำลังรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ในบางสถานการณ์ที่เกิดความสงสัยพนักงานบริการสามารถสร้างข้อคำถามเพิ่มเติม เพื่อนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถอธิบายการเรียนรู้ (Recognition) ในส่วนประกอบย่อยดังแผนภาพที่ 33



ภาพที่ 33 ส่วนประกอบของความเอาใจใส่พิเศษด้านการรับรู้ (Recognition) ของพนักงานบริการ โรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

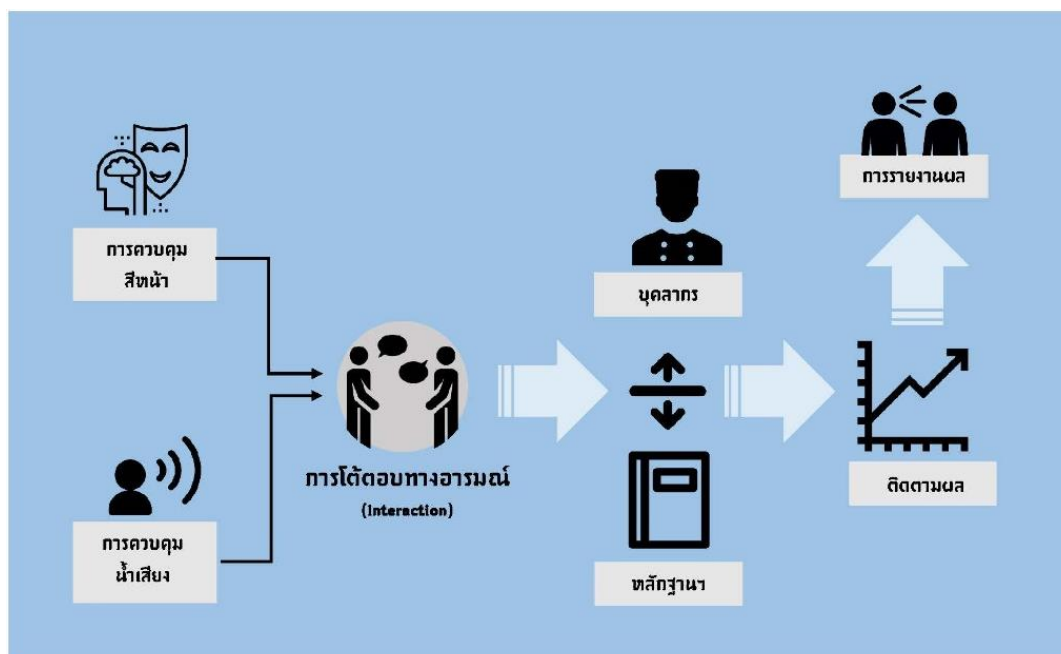
จากแผนภาพที่ 33 แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบของการรับรู้ (Recognition) ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคที่จะต้องรับฟังข้อคิดเห็นต่างๆ จากผู้รับบริการในแต่ละวัน หากพิจารณาข้อมูลข่าวสารเหล่านั้น อาจมีบางประเด็นที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพสินค้าและบริการของทางโรงแรมโดยตรง ซึ่งเป็นประโยชน์แก่การนำไปปรับปรุงคุณภาพให้ดียิ่งขึ้น ในขณะที่ข้อมูลข่าวสารบางประเด็นอาจไม่มีความเกี่ยวข้องกับทางโรงแรมแต่อย่างใด หรือเป็นเรื่องส่วนบุคคลที่ผู้รับบริการต้องการเล่าให้ฟังเท่านั้น พนักงานบริการจำเป็นต้องจับใจความสำคัญเกี่ยวกับข้อมูลที่ได้รับรู้ พร้อมกับการเรียงลำดับความสำคัญในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับภาระหน้าที่ในฐานะผู้ให้บริการ โดยการนำเสนอข้อมูลที่มีประโยชน์กลับไปสู่ผู้รับบริการ หรือการแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นเพิ่มเติม จนกว่าผู้รับบริการจะเกิดความเข้าใจ ผู้วิจัยได้คัดเลือกรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้แก่ผู้เข้าร่วมการทดลองในฐานะผู้ตีความจากสิ่งที่ปรากฏผ่านกิริยาท่าทางต่างๆ รวมถึงกิจกรรมการเรียนรู้จากการส่งต่อข้อมูลข่าวสารในฐานะผู้สื่อสารเพื่อให้ข้อมูลที่ส่งผ่านไปยังสมาชิกมีความสมบูรณ์มากที่สุด

การโต้ตอบทางอารมณ์ (Inteaction)

ช่วงกิจกรรมการเรียนรู้ที่ 6 ด้านการโต้ตอบทางอารมณ์ (Inteaction) สำหรับพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค เกิดขึ้นระหว่างการประชุมกับระดับอารมณ์ของผู้รับบริการที่ไม่สามารถควบคุมได้ หรืออาจเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นหลังจากการรับรู้ของพนักงานบริการที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการหรือเกิดการร้องเรียน ซึ่งคู่มือได้กำหนดให้ใช้กิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติของผู้เข้าร่วมการทดลองจำนวน 2 กลุ่ม โดยให้แต่ละกลุ่มส่งตัวแทนเพื่อการ

จับฉลากที่ระบุการแสดงอารมณ์ผ่านใบหน้าในฐานะผู้รับบริการ ได้แก่ สุข โกรธ รังเกียจ ประหลาดใจ และไม่พอใจ จากนั้นกำหนดให้สมาชิกแต่ละกลุ่มได้ประเมินระดับอารมณ์ของตนเองและคาดคะเนสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้นต่อไป ผลของกิจกรรมการเรียนรู้สามารถสามารถค้นพบวิธีการจัดการในระดับเบื้องต้น สะท้อนให้เห็นได้ว่าพนักงานบริการเมื่อพบเห็นการแสดงออกทางสีหน้าที่บ่งบอกถึงความไม่พึงพอใจแล้ว วิธีการโต้ตอบโดยใช้รอยยิ้มในการแสดงออกควบคู่กับการสื่อสารด้วยโทนเสียงที่สุภาพ และควบคุมระดับความดังให้น้อยที่สุด นอกจากนี้ทางกลุ่มวิทยากรได้นำเสนอทางเลือกในการโต้ตอบอารมณ์โดยการอ้างอิงจากคู่มือการปฏิบัติงาน (Standard Operating Procedure: SOP) หรือกฎระเบียบของทางโรงแรมที่ปฏิบัติสืบเนื่องกัน รวมถึงการอ้างอิงมาตรฐานโรงแรมไทยของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อใช้อธิบายเงื่อนไขบางประการที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้

การโต้ตอบทางอารมณ์ในบางสถานการณ์อาจสร้างผลกระทบที่ทวีความรุนแรงนำไปสู่การทะเลาะวิวาทระหว่างผู้รับบริการกับพนักงานบริการ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดกิจกรรมการระดมสมอง โดยดำเนินการแบ่งสมาชิกจำนวน 2 กลุ่ม เพื่อร่วมกันนำเสนอวิธีการเผชิญหน้ากับสถานการณ์ต่างๆ ที่เคยเกิดขึ้นภายในโรงแรมจากกรณีศึกษา ได้แก่ “หากพนักงานบริการถูกผู้รับบริการลวนลามระหว่างปฏิบัติหน้าที่ และผู้รับบริการปฏิเสธพร้อมกล่าวหาว่าเรื่องทั้งหมดไม่ใช่เรื่องจริง” และ “หากพนักงานบริการถูกร้องเรียนจากผู้รับบริการเกี่ยวกับการทรัพย์สินที่สูญหายไประหว่างการเข้าพัก” ผลจากการประชุมระดมสมองพบว่า กรณีศึกษาที่ 1 หากพนักงานบริการถูกผู้รับบริการลวนลามระหว่างปฏิบัติหน้าที่จะมีวิธีการจัดการกับปัญหาดังต่อไปนี้ (1) พนักงานบริการที่ถูกกระทำจะมีวิธีการปฏิเสธผู้รับบริการด้วยกิริยาที่นอบน้อม (2) การปรับเปลี่ยนพนักงานบริการคนอื่นเข้ามาดูแลแทน (3) ขอความร่วมมือเพื่อนร่วมงานคนอื่นเข้ามามีส่วนร่วมปฏิบัติงานด้วยกัน และ (4) แจ้งพนักงานบริการภายในฝ่ายหรือแผนกเป็นการภายในให้เฝ้าระวังผู้รับบริการรายนี้ สำหรับกรณีศึกษาที่ 2 หากพนักงานบริการถูกร้องเรียนจากผู้รับบริการเกี่ยวกับการทรัพย์สินที่สูญหายไประหว่างการเข้าพักจะมีวิธีการจัดการกับปัญหาดังต่อไปนี้ (1) การขอพิสูจน์ความจริงด้วยกล้องวงจรปิดที่ติดตั้งในแต่ละจุด (2) สอบสวนเป็นการภายในและสอบถามบุคคลเพิ่มเติมที่คาดว่าจะมีส่วนรู้เห็นหรือเกี่ยวข้อง (3) ค้นหาพยานยืนยันความบริสุทธิ์ โดยปกติโรงแรมจะมีกฎระเบียบการใช้ห้องพักเพื่อป้องกันทรัพย์สินส่วนบุคคลของผู้รับบริการตามมาตรา 675 โดยทางโรงแรมจะไม่ได้รับผิดชอบในทรัพย์สินของผู้รับบริการเมื่อผู้รับบริการออกจากห้องพักไปแล้ว ทั้งนี้ ผู้วิจัยค้นพบว่า การโต้ตอบทางอารมณ์ในกรณีที่ไม่สามารถควบคุมสถานการณ์ได้ การใช้สื่อกลางที่มีความน่าเชื่อถือหรือการใช้พนักงานบริการคนที่ 2 เข้ามาช่วยเจรจาต่อรองจะเป็นทางออกที่ดีที่สุด สำหรับการแก้ไขปัญหาจากกรณีดังกล่าว อย่างไรก็ตามภาพรวมของการประชุมระดมสมองยังเสนอลำดับขั้นตอนที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้หลังจากสถานการณ์ต่างๆ อยู่ในสภาวะปกติแล้ว นั่นก็คือ การติดตามผลของปัญหาที่เกิดขึ้นและรายงานให้ผู้รับบริการทราบอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถอธิบายการโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) ในส่วนประกอบย่อยดังแผนภาพที่ 34



ภาพที่ 34 ส่วนประกอบของความเอาใจใส่พิเศษด้านการโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย

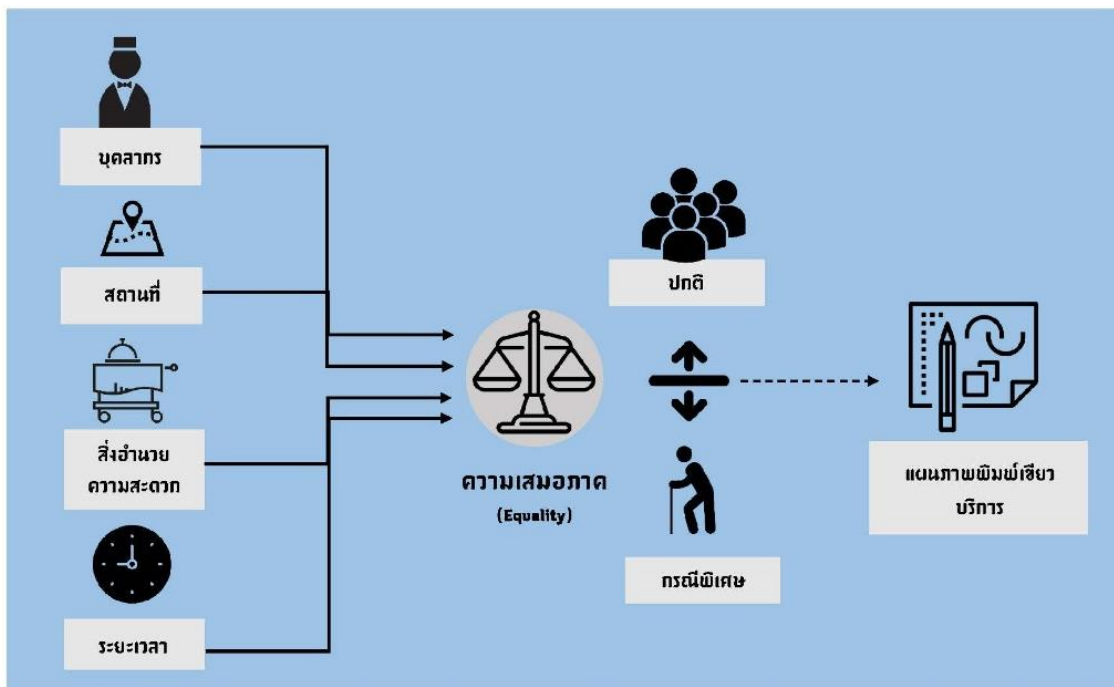
จากแผนภาพที่ 34 แสดงให้เห็นถึงการกระบวนการโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติก ที่จะต้องพิจารณาความเหมาะสมกับสถานการณ์ รวมถึงคาดคะเนสิ่งที่ผู้รับบริการได้สื่อสารออกมาด้วยวิธีทำทางต่างๆ ในขั้นตอนแรกๆ ที่ผู้รับบริการจะต้องแสดงความสามารถในการรองรับอารมณ์ด้วยวิธีทำทางที่สุภาพอ่อนน้อม หลีกเลี่ยงการใช้โทนเสียงที่ตั้งในระหว่างการสนทนา หากสถานการณ์เพิ่มระดับความรุนแรงขึ้นให้พนักงานบริการเลือกใช้สื่อกลางในการเจรจาต่อรองเพื่อลดระดับอารมณ์ของผู้รับบริการ ได้แก่ พนักงานบริการที่ปฏิบัติหน้าที่แทน และกฎระเบียบหรือมาตรฐานที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานหรือสถาบันต่างๆ จากนั้นพนักงานบริการต้องแสดงออกถึงเห็นใจด้วยวิธีการรายงานผลความคืบหน้าของปัญหาที่ได้รับการแก้ไขให้ผู้รับบริการได้รับรู้ พร้อมนำเสนอการบริการพิเศษทดแทนการบริการที่ผิดพลาด ทั้งนี้การเลือกรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับองค์ประกอบการโต้ตอบทางอารมณ์ จะได้มาซึ่งแนวทางการจัดการข้อร้องเรียนที่นำไปสู่ทางเลือกมากมายสำหรับนำไปใช้แก้ไขปัญหาต่อไป

ความเสมอภาค (Equality)

ช่วงกิจกรรมการเรียนรู้ที่ 7 ด้านความเสมอภาค (Equality) สำหรับพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติก เป็นการสื่อสารทางอารมณ์ของพนักงานบริการที่ต้องคำนึงถึงการรับรู้ถึงความเท่าเทียมของผู้รับบริการ โดยใช้กิจกรรมการมอบหมายงานภาระหน้าที่แก่ผู้เข้าร่วมการทดลองได้แลกเปลี่ยนรู้แนวทางการสร้างความเท่าเทียมในการจัดการบริการของโรงแรมประเภทบูติกแต่ละแห่งทั้งในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกตามจุดที่ให้บริการ และด้านของการบริหารอัตรากำลังคนในการดูแล

ผู้รับบริการ ผู้วิจัยพบว่า โรงแรมประเภทบูติคที่มีรูปแบบหรูหราและร่วมสมัย (Luxury and Modern) จะมีแนวทางการปฏิบัติในการสร้างความเสมอภาคในการให้บริการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการทุกราย โดยพิจารณาจากจำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกและระยะเวลาในการให้บริการที่มีความเท่าเทียมกัน ซึ่งมีความแตกต่างจากโรงแรมประเภทบูติครูปแบบอื่นๆ ที่อธิบายว่า ความเสมอภาคในการให้บริการต้องพิจารณาความแตกต่างของผู้รับบริการ เนื่องจากกลุ่มผู้รับบริการแต่ละคนอาจมีความจำเป็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคลอื่นๆ เช่น ศาสนา เชื้อชาติ โรคประจำตัว ยานพาหนะที่ใช้เดินทาง เป็นต้น ความแตกต่างที่เกิดขึ้นผู้วิจัยยังสามารถสรุปได้ว่าการสร้างความเสมอภาคมีความเกี่ยวข้องกับนโยบายที่ใช้ในการบริหารจัดการโดยเฉพาะโรงแรมประเภทบูติคที่มีรูปแบบหรูหราและร่วมสมัย (Luxury and Modern) โดยเฉพาะการใช้ระบบการบริหารจัดการแบบเครือข่ายสากล จะมีการกำหนดแนวทางการใช้ทรัพยากรที่ชัดเจนในลักษณะของหน่วยวัดในด้านปริมาณ เช่น จำนวนครั้ง ระยะเวลา มูลค่า เป็นต้น เป็นสิ่งที่ไม่สามารถยืดหยุ่นแก่ผู้บริการรายใดเป็นกรณีพิเศษ ซึ่งในทางกลับกันอาจเป็นอุปสรรคสำหรับการแสดงออกถึงความเข้าอกเข้าใจผู้รับบริการบางรายที่มีความจำเป็นในบางสถานการณ์หรือมีเหตุฉุกเฉินต้องการความช่วยเหลือ

ความเสมอภาคเป็นการสร้างแนวทางการปฏิบัติงานที่ถูกนำมาใช้ในการออกแบบกระบวนการให้บริการตามภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ผู้วิจัยได้พิจารณาความสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีการสร้างแผนภาพพิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) เพื่อนำมาใช้ในการสร้างความเสมอภาค ซึ่งเป็นการผลิตสินค้าและบริการด้วยมาตรฐานเดียวกัน และเป็นการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการกับพนักงานบริการในแต่ละขั้นตอนโดยละเอียด ซึ่งผู้เข้าร่วมการทดลองสามารถพิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ ของแต่ละสายอาชีพในรูปแบบกิจกรรมการระดมสมอง โดยแบ่งผู้เข้าร่วมการทดลองตามฝ่ายหรือแผนกที่เคยปฏิบัติงานภายในโรงแรม มีจำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ งานครัว (Food Production) งานห้องแม่บ้าน (Housekeeping) งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) งานต้องรับส่วนหน้า (Front Office) และงานฝ่ายขาย (Sale) ซึ่งผู้วิจัยพบว่าแผนภาพพิมพ์เขียวบริการสำหรับโรงแรมประเภทบูติคที่มีรูปแบบดัดแปลงอาคารเก่าแก่หรือตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน (Culture) และรูปแบบศิลปะสถาปัตยกรรมการออกแบบ (Art and Thematic) จะใช้จำนวนพนักงานบริการที่น้อยกว่าโรงแรมประเภทบูติครูปแบบอื่นๆ เนื่องจากพนักงานบริการที่จะต้องสามารถปฏิบัติงานได้หลากหลายตำแหน่ง เช่น งานฝ่ายขายในบางช่วงเวลาอาจจะต้องทำหน้าที่บริการอาหารและเครื่องดื่ม พร้อมกับการพาผู้รับบริการไปส่งถึงบริเวณห้องพัก จึงเป็นข้อพิสูจน์ได้ว่าอัตรากำลังคนอาจไม่มีผลต่อการสร้างความเสมอภาค แต่สิ่งสำคัญขึ้นอยู่กับการสร้างความสัมพันธ์ขอพนักงานบริการที่สะท้อนให้เห็นถึงความเอาใจใส่กับผู้รับบริการทุกรายอย่างเท่าเทียม และการเตรียมความพร้อมก่อนการให้บริการ ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถอธิบายความเสมอภาค (Equality) ในส่วนประกอบย่อยดังแผนภาพที่ 35



ภาพที่ 35 ส่วนประกอบของความเอาใจใส่พิเศษด้านเสมอภาค (Equality) ของพนักงานบริการ
โรงแรมประเพณีบูติกของประเทศไทย

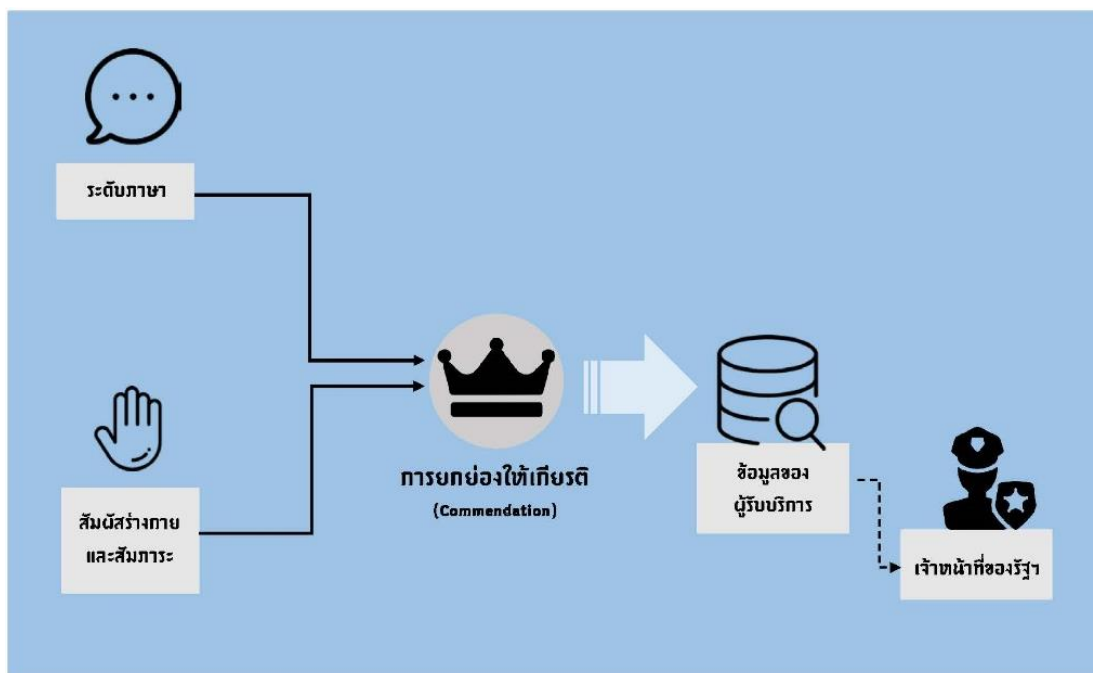
จากแผนภาพที่ 35 แสดงให้เห็นถึงแนวทางการสร้างความเสมอภาค (Equality) ที่จะต้องคำนึงถึงความรู้สึกของผู้รับบริการแต่ละราย ซึ่งจะเกิดข้อเปรียบเทียบกับผู้รับบริการรายอื่นทันที เมื่อสินค้าและบริการที่ได้รับมีลักษณะมีความแตกต่างในด้านปริมาณ ตลอดจนสิทธิพิเศษต่างๆ ที่บ่งบอกถึงการไม่มีความยุติธรรม โดยพนักงานบริการจะต้องพิจารณาจากทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการแต่ละประเภท รวมถึงการตรวจสอบความพร้อมของสถานที่ เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้สนับสนุนการบริการ และการกำหนดระยะเวลาการให้บริการที่มีความเหมาะสม นอกจากนี้ความจำเป็นพื้นฐานของผู้รับบริการที่อาจมีส่วนเกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคล โดยพนักงานบริการจะต้องพิจารณาผู้รับบริการบางรายให้รอบคอบ โดยเฉพาะในบางสถานการณ์ผู้รับบริการอาจต้องการความช่วยเหลือที่มากกว่าผู้รับบริการรายอื่น หรือตกอยู่ในความไม่ปลอดภัย การใช้กิจกรรมแลกเปลี่ยนแนวคิดเป็นข้อพิสูจน์ให้เห็นโรงแรมประเพณีบูติกบางแห่งยึดถือนโยบายที่เป็นข้อบังคับเพื่อนำไปสู่การสร้างเสมอภาค สำหรับบางโรงแรมประเพณีบูติกที่มีข้อจำกัดในเรื่องปริมาณสิ่งอำนวยความสะดวก การกำหนดอัตรากำลังคนอาจไม่ใช่สิ่งจำเป็นสำหรับการสร้างเสมอภาค

การยกย่องให้เกียรติ (Commendation)

ช่วงกิจกรรมการเรียนรู้ที่ 8 ด้านการยกย่องให้เกียรติ (Commendation) สำหรับพนักงานบริการโรงแรมประเพณีบูติก เป็นการสื่อสารด้วยอารมณ์ที่ให้ความสำคัญกับผู้รับบริการในฐานะคนสำคัญของโรงแรม สามารถสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมองค์กรที่มีส่วนในการสร้างคุณลักษณะนิสัยที่ดีของพนักงานบริการ โดยผู้วิจัยได้ออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้โดยกำหนดใน

ลักษณะของการตั้งประเด็นข้อควรระวังในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อสะท้อนมุมมองความคิดของผู้เข้าร่วมการทดลองในฐานะผู้รับบริการที่ควรจะได้รับ การดูแล ผลจากกิจกรรมการเรียนรู้ได้อธิบายว่า พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคจะต้องมีกิจกรรมรยาที่สำรวจระหว่างการปรากฏตัวต่อผู้รับบริการทุกครั้ง พร้อมกับการมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้รับบริการเปรียบเสมือนการดูแลสมาชิกในครอบครัว ตลอดจนการรักษาความเป็นส่วนตัวของผู้รับบริการไม่ให้ถูกคุกคามจากผู้อื่น นอกจากนี้ ผู้วิจัยค้นพบว่าพนักงานบริการทุกคนต้องตระหนักถึงการไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลโดยการนำเอาข้อมูลการเข้าพักและจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาด้วยไปเผยแพร่ให้บุคคลอื่นทราบโดยเด็ดขาด ถึงแม้ว่าเรื่องราวต่างๆ ยังไม่สามารถระบุได้ว่าผู้รับบริการที่เข้าพักกับทางโรงแรมนั้นมีประวัติภูมิในลักษณะใด เช่นเดียวกับกรณีคำบอกเล่าของผู้เข้าร่วมการทดลองเกี่ยวกับกรณีที่ผู้รับบริการพาอนุภรรยาเข้ามาเข้าพักในโรงแรม โดยภรรยาหลวงเป็นผู้ติดต่อร้องขอข้อมูลกับทางโรงแรม แต่เนื่องด้วยภาระหน้าที่ของพนักงานบริการจึงต้องปกปิดความลับจึง และไม่อนุญาตให้บุคคลภายนอกเข้าถึงข้อมูลผู้รับบริการหรือละเมิดความเป็นส่วนตัวโดยเด็ดขาด ซึ่งในทางกลับกันการปกปิดความลับอาจจะต้องพิจารณาจากความเหมาะสมหากมีหน่วยงานรัฐบาลเข้ามาติดต่อขอรับทราบข้อมูลหรือขออนุญาตเข้าพบผู้รับบริการ ซึ่งอาจมีความเกี่ยวข้องกับการกระทำผิดทางกฎหมายหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับคดีอาชญากรรม ยาเสพติด การค้าประเวณี และการก่อการร้ายเงื่อนไขการรักษาความเป็นส่วนตัวในลักษณะดังกล่าวจะได้รับการยกเว้น

การยกย่องให้เกียรติเป็นรูปแบบการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างพนักงานบริการและผู้รับบริการเพื่อการพิสูจน์วัตถุประสงค์ในการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ โดยคู่มือได้กำหนดกิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติด้วยการจับคู่สมาชิก มุ่งเน้นการฝึกฝนทักษะการสนทนาโดยใช้คำสรรพนามที่บ่งบอกถึงการยกย่องให้เกียรติผู้รับบริการ แต่ละคู่จะได้รับโจทย์ภายใต้สถานการณ์ที่แตกต่างกันออกไป ได้แก่ (1) ผู้รับบริการเคยเป็นเพื่อนร่วมชั้นเรียนที่สนิทกันมากสมัยมัธยมต้น (2) ผู้รับบริการคือนายกรัฐมนตรีคนล่าสุดของประเทศไทยที่เดินทางพร้อมคณะทำงาน (3) ผู้รับบริการคือดาราดังช่องดิจิทัลทีวีที่ตนเองชื่นชอบมากเป็นพิเศษ และ (4) ผู้รับบริการคือผู้สูงอายุความจำเสื่อมคิดเสมอว่าตนเองเป็นเด็กอายุ 19 ปี และสมาชิกในครอบครัวไปเที่ยวข้างนอกโรงแรมจึงไม่สะดวกดู สมาชิกทั้ง 2 คนจะต้องสลับบทบาทในฐานะของผู้รับบริการและพนักงานบริการ ผู้วิจัยได้ค้นพบว่าการสื่อสารทางอารมณ์ของผู้รับบริการในด้านการยกย่องให้เกียรติของกลุ่มทดลองที่แสดงออกถึงความเป็นกันเองมากจนเกินไป รวมถึงระดับภาษาที่ใช้ในการสื่อสารแสดงออกถึงความเป็นเครือญาติหรือคนรู้จัก เช่น คุณพี่ คุณน้อง คุณแม่ คุณยาย ป้า อาม่า เป็นต้น จากกลุ่มคำสรรพนามดังกล่าวเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์ในการสื่อสารของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคที่แสดงออกถึงความใกล้ชิดสนิทสนมตั้งแต่วินาทีแรกที่พบเจอ โดยไม่ได้คำนึงถึงระดับชนชั้นทางสังคมหรือกลุ่มอาชีพ รูปแบบของภาษาที่ใช้จึงสะท้อนถึงอารมณ์ความรู้สึกที่มากกว่าพนักงานบริการในระบบโรงแรมอื่นๆ ที่มีการใช้คำสรรพนามในการสื่อสารที่เป็นทางการมากกว่า สำหรับการกิจกรรมนี้ สิ่งที่ต้องเฝ้าระวังเพิ่มเติมเกี่ยวข้องกับการสัมผัสและต้องร่างกายผู้รับบริการโดยเฉพาะผู้รับบริการที่เคยเป็นเพื่อนร่วมชั้นเรียนสมัยมัธยมศึกษาตอนต้นกับพนักงาน ทั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถอธิบายการยกย่องให้เกียรติ (Commendation) สำหรับพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคในส่วนประกอบย่อยดังแผนภาพที่ 36



ภาพที่ 36 ส่วนประกอบของความเอาใจใส่พิเศษด้านยกย่องให้เกียรติ (Commendation) ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

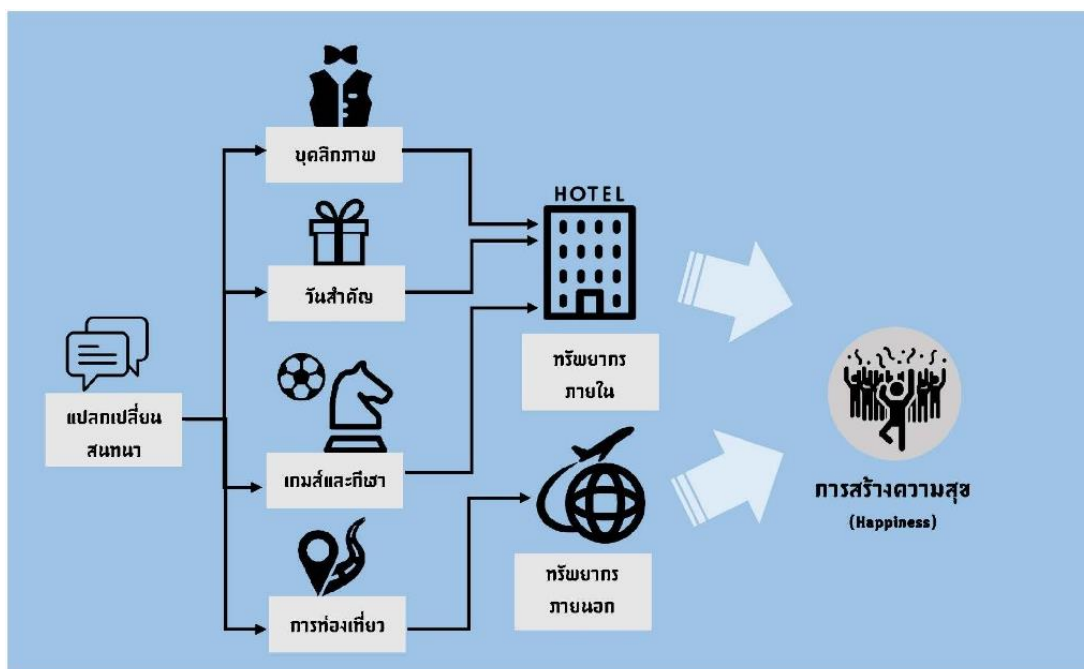
จากภาพที่ 36 แสดงให้เห็นถึงการสื่อสารทางอารมณ์ด้วยวิธีการยกย่องให้เกียรติ (Commendation) ที่ปรับเปลี่ยนรูปแบบการสนทนาให้มีความเป็นทางการมากยิ่งขึ้น โดยการใช้กิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติที่มีส่วนสนับสนุนให้พนักงานบริการ สามารถที่จะเลือกใช้ระดับภาษาที่มีความเหมาะสมกับผู้รับบริการแต่ละราย รวมถึงการมีช่วยรักษาระดับความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานบริการกับผู้รับบริการได้อย่างเหมาะสมโดยการไม่สัมผัสและต้องร่างกาย หรือกระทำการใดที่สื่อถึงความไม่สุภาพ ในขณะที่กิจกรรมการสะท้อนมุมมองความคิดของผู้เข้าร่วมการทดลองในฐานะผู้รับบริการที่ต้องการความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวในระหว่างการเข้าพัก พนักงานบริการจะต้องแสดงความเอาใจใส่พร้อมกับการปกป้องผู้รับบริการด้วยความกระตือรือร้น อย่างไรก็ตาม การพิจารณาความเหมาะสมสำหรับการยกย่องให้เกียรติในบางกรณีนั้น เช่น เรื่องการขอข้อมูลส่วนบุคคล อาจถูกปรับเปลี่ยนเงื่อนไขจากการได้รับการประสานงานมาจากหน่วยงานภาครัฐบาลที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

การสร้างความสุข (Happiness)

ช่วงกิจกรรมการเรียนรู้ที่ 9 ด้านการสร้างความสุข (Happiness) สำหรับพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค เป็นแนวคิดที่เกิดจากการรวบรวมทรัพยากรภายในโรงแรม โดยการใช้ทัศนคติความคิดของพนักงานบริการระหว่างการสื่อสารไปยังผู้รับบริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด รวมถึงการได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ในรูปแบบของกิจกรรม ซึ่งการสร้างความสุขจะต้องเกิดขึ้นภายในตัวตนของพนักงานบริการก่อนเป็นอันดับแรก สิ่งที่ผู้รับบริการสามารถรับรู้ได้จากบุคลิกภาพที่

ปรากฏต่อสายตาของผู้รับบริการ ที่มีความคาดหวังที่จะพบเห็นตัวแทนขององค์กรที่มีความเป็นมืออาชีพ ดังนั้นผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบกิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติ โดยมอบหมายให้สมาชิกที่เข้าร่วมการทดลองได้วิเคราะห์ข้อบกพร่องในตนเองพร้อมระบุสาเหตุของปัญหา ซึ่งปัญหาที่ถูกนำเสนอมากที่สุดในกิจกรรม คือ รูปร่างไม่ได้สัดส่วนตามเกณฑ์มาตรฐานดัชนีมวลกาย (Body Mass Index: BMI) รองลงมา คือ การเดินหรือนั่งหลังค่อม สำหรับเครื่องแต่งกายจะเป็นไปตามเงื่อนไขที่ทางแบบโรงแรมได้นำเสนอความเป็นเอกลักษณ์ของโรงแรมประเภทบูติกในแต่ละรูปแบบ พนักงานบริการจำเป็นต้องรักษาความสะอาดบนใบหน้าและร่างกายอย่างเป็นประจำ โดยวิทยาการคัดเลือกสมาชิกที่ได้รับการยกย่องว่าแต่งกายสุภาพและมีบุคลิกดีที่สุดจากผู้เข้ากลุ่มทดลอง เพื่อนำมาใช้ประกอบเป็นตัวอย่าง อีกทั้งยังให้พนักงานบริการตัวอย่างได้มีส่วนร่วมในการถ่ายทอดแนวทางการพัฒนาบุคลิกภาพให้มีความเหมาะสมกับตำแหน่งงาน

การสร้างความสุขยังคงถูกนำเสนอในรูปแบบแตกต่างกันไปตามความพร้อมของพนักงานบริการ รวมถึงนโยบายสนับสนุนของทางโรงแรม โดยพนักงานบริการสามารถใช้ทักษะการมีมนุษยสัมพันธ์ส่วนบุคคลในการพูดคุยสอบถามเรื่องราวต่างๆ ประจำวันทั่วไปกับผู้รับบริการ ในขณะที่กิจกรรมการเรียนรู้การสร้างความสุขสำหรับผู้รับบริการจากผู้เข้าร่วมการทดลองที่ได้ดำเนินการจากจัดการประชุมกลุ่ม พร้อมกับการนำเสนอกิจกรรมในลักษณะของกีฬาภายในโรงแรมที่ต้องออกแบบให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของทำเลที่ตั้ง และจะต้องเป็นกิจกรรมที่สามารถเลือกเข้าร่วมแบบรายบุคคลและกลุ่ม เช่น วอลเลย์บอลชายหาด ปิงปอง ว่ายน้ำ พายเรือหรือแพยาง เป็นต้น ในขณะที่ผู้เข้าร่วมการทดลองจำนวน 1 กลุ่มได้นำเสนอกิจกรรมนันทนาการสำหรับผู้รับบริการในลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวภายนอกโรงแรม โดยพิจารณาข้อได้เปรียบของภูมิประเทศและความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกับโรงแรม เช่น การล่องเรือชมวิถีชีวิตสัตว์ป่า การเยี่ยมชมปัญญางานหัตถกรรมและศิลปหัตถกรรม การเยี่ยมชมศาสนสถานและสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การเยี่ยมชมทะเลเล่นพื้นบ้าน เป็นต้น นอกจากนี้ การสร้างสุขแก่ผู้รับบริการยังสามารถนำเสนอเทศกาลและประเพณีที่เกี่ยวข้องกับวันสำคัญของประเทศไทยเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้รับบริการได้มีส่วนร่วม ได้แก่ วันสงท่ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ วันสงกรานต์ วันลอยกระทง เป็นต้น นอกจากนี้ การสร้างสุขที่เกิดจากความเอาใจใส่ของพนักงานบริการ ยังหมายถึงการมอบสิ่งตอบในวันสำคัญของผู้รับบริการเพื่อให้ผู้รับรู้ถึงความพิเศษที่ทางโรงแรมต้องการมอบให้ เช่น การมอบเค้กหรือชุดของขวัญในวันคล้ายวันเกิด ทั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถอธิบายการสร้างความสุข (Happiness) สำหรับพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติก ในส่วนประกอบย่อยดังแผนภาพที่ 37



ภาพที่ 37 ส่วนประกอบของความเอาใจใส่พิเศษด้านการสร้างความสุข (Happiness) ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย

จากภาพที่ 37 แสดงให้เห็นถึงการสร้างความสุข (Happiness) สำหรับพนักงานโรงแรมประเภทบูติก ที่จะต้องสามารถสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่แก่ผู้รับบริการให้เกิดความประทับใจ โดยการใช้ทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งภายในและภายนอกโรงแรม ซึ่งจะต้องพิจารณาให้สอดคล้องกับนโยบายของโรงแรมแต่ละแห่ง ร่วมกับการประเมินศักยภาพความพร้อมของสภาพแวดล้อมและลักษณะของทำเลที่ตั้ง ตลอดจนการส่งมอบความสุขในวันเวลาสำคัญของผู้รับบริการแต่ละราย ซึ่งในขณะเดียวกันพนักงานบริการจะต้องใช้ทักษะความมีมนุษยสัมพันธ์และการพัฒนาบุคลิกภาพของตนเอง เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความสุขแก่ผู้รับบริการตั้งแต่วันที่แรกที่ได้พบเจอ ผู้วิจัยได้พบว่า พนักงานบริการยังเป็นองค์ประกอบสำคัญในการควบคุมกระบวนการสร้างความสุขให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยการใช้กิจกรรมการเรียนรู้จากการระดมสมองเพื่อเลือกคัดเลือกกิจกรรมที่มีความเหมาะสมกับผู้รับบริการในโรงแรมประเภทบูติกแต่ละรูปแบบ เปรียบเสมือนกับพนักงานบริการเป็นผู้รับบริการเอง ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายของผู้รับบริการที่ต้องการกิจกรรมที่แตกต่างกัน เช่น โรงแรมประเภทบูติกปรับเปลี่ยนอาคารเก่าแก่หรือตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน (Culture) จะเป็นกิจกรรมการเรียนรู้ประเพณีและวัฒนธรรมภายในชุมชนท้องถิ่น ซึ่งแตกต่างจากโรงแรมประเภทบูติกแบบอยู่ร่วมกับธรรมชาติ (Nature) ที่สามารถร่วมกิจกรรมนันทนาการและผจญภัยตามลักษณะของทำเลที่ตั้ง

หลังเสร็จสิ้นช่วงกิจกรรมการเรียนรู้ทั้ง 9 องค์ประกอบตามที่ระบุไว้ในคู่มือ ผู้เข้าร่วมการทดลองจำนวน 11 คน จากพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทยทั้ง 4 รูปแบบ จะต้องทำแบบทดสอบหลังการอบรม (Posttest) เพื่อประเมินทักษะความรู้และความเอาใจใส่พิเศษ

ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทยอีกครั้ง เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถนำไปใช้เปรียบเทียบกับก่อนการอบรม ซึ่งเป็นข้อคำถามชุดเดียวกันที่มีจำนวน 45 ข้อ และใช้ระยะเวลาในการทดสอบ 45 นาที

2. ผลการประเมินประสิทธิภาพการทดลองการใช้คู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย

จากการนำคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทยไปทดลองใช้ ผู้วิจัยได้ใช้การประเมินประสิทธิภาพของคู่มือหลังจากเสร็จสิ้นกิจกรรมการเรียนรู้ในแต่ละวันด้วยการใช้ทฤษฎีแบบสามเส้า (Triangulation) ด้านผู้วิจัยหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องแต่ละคน (Investigation Triangulation) ที่ได้รับรู้ข้อมูลแตกต่างกัน โดยใช้ผู้วิจัยหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มากกว่า 1 คนในการยืนยันสิ่งที่ค้นพบ ได้แก่ ผู้วิจัย วิทยากร ผู้เข้าร่วมการทดลอง ผู้สังเกตการแบบไม่มีส่วนร่วม (ขจรศักดิ์ บัวระพันธ์, 2554) ร่วมกับการประยุกต์เข้ากับแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) สำหรับการพิจารณาคูณลักษณะของคู่มือและพฤติกรรม การตอบสนอง (Mitchell, 1992) ประกอบด้วย (1) ความพึงพอใจของการเข้าร่วมทดสอบคู่มือ (2) ความเหมาะสมของเนื้อหาคู่มือ (3) ความเหมาะสมของสื่อและกิจกรรมที่ใช้ในการทดลอง (4) ประโยชน์ที่ได้รับจากคู่มือ (5) ความรู้ของวิทยากรและการให้ความช่วยเหลือ (6) ความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมและทำเลที่ตั้ง เพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาและปรับแก้คู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทยให้เกิดความสมบูรณ์ด้านเนื้อหา สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยสามารถนำเสนอตารางการเปรียบเทียบข้อมูลดังตารางที่ 63



ตารางที่ 63 แสดงการเปรียบเทียบข้อมูลผลการประเมินประสิทธิภาพการทดลองการใช้คู่มือ ตามหลักทฤษฎีสามเส้าจากผู้วิจัย วิทยากร ผู้เข้าร่วมการทดลอง และผู้สังเกตการแบบไม่มีส่วนร่วม

แหล่งข้อมูล	แนวทางการประเมิน	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ข้อเสนอแนะ
ผู้วิจัย	1. ความพึงพอใจของการเข้าร่วมทดสอบคู่มือ	✓		เนื่องด้วยผู้เข้าร่วมการทดลองมีภารกิจประจำวันที่แตกต่างกันตามหน้าที่ตำแหน่งงาน บางครั้งอาจจะต้องรับโทรศัพท์เพื่อพูดคุยภาระงานระหว่างการทดลองบ่อยครั้ง ส่งผลให้ความสนใจในกิจกรรมลดลง
	2. ความเหมาะสมของเนื้อหาของคู่มือ	✓		1. การเพิ่มเติมกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริงภายในโรงแรมลงไปคู่มือจะช่วยให้ผู้เข้าร่วมการทดลองมีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น และการควบคุมเนื้อหาการบรรยายให้ตรงตามเอกสารประกอบการสอน รวมถึงการแนะนำให้ผู้เข้าร่วมการทดลองได้เข้าใจถึงตำแหน่งเนื้อหาและหมายเลขหน้าภายในคู่มือ 2. การพัฒนาคู่มือให้สามารถนำไปใช้ได้กับโรงแรมบูติคได้อย่างเหมาะสม ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของโรงแรมบูติคที่มีรูปแบบการบริหารจัดการแบบอิสระ (Hotel Independents) มากกว่าการนำไปใช้ในโรงแรมบูติคที่มีรูปแบบการบริหารจัดการแบบเครือข่าย (Hotel Chains)
	3. ความเหมาะสมของสื่อและกิจกรรมที่ใช้ในการทดลอง	✓		1. กิจกรรมการแลกเปลี่ยนประสบการณ์เป็นกิจกรรมที่มีประโยชน์ต่อการรับฟังของผู้เข้าร่วมการทดลอง 2. กิจกรรมการนำเสนอมุมมองในฐานะผู้รับบริการจากผู้บรรยายและผู้เข้าร่วมการทดลอง เพื่อเป็นตัวอย่างการนำเสนอ 3. การใช้รางวัลเป็นแรงจูงใจในการกระตุ้นการมีส่วนร่วมเป็นทางเลือกที่ใช้สำหรับผู้เข้าร่วมการทดลอง
	4. ประโยชน์ที่ได้รับจากคู่มือ	✓		
	5. ความรู้ของวิทยากรและการให้ความช่วยเหลือ	✓		1. การจดจำชื่อของผู้เข้าร่วมการทดลองได้ทุกคนอาจส่งผลให้บรรยากาศในการเรียนรู้มีความเป็นกันเอง 2. วิทยากรใช้การแก้ไขปัญหาวิดีโอประกอบการสอนที่ชัดเจน ไม่มีเสียง โดยการบรรยายประกอบภาพเคลื่อนไหวทดแทนซึ่งวิทยากรทุกคนจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมในสื่อการสอนและกิจกรรมล่วงหน้าทุกครั้ง 3. เทคนิคการละลายพฤติกรรมของวิทยากรช่วยให้บรรยากาศการเรียนรู้และการสร้างกลุ่มของผู้เข้าร่วมการทดลองมีความยืดหยุ่นมากขึ้น เช่น การสร้างจรวด การสร้างเครือข่ายสมาชิกใหม่โดยใช้ภาพวาด การจดจำลักษณะของเพื่อนสมาชิกจำนวน 5 คน 4. การใช้สิ่งจูงใจหรือรางวัลในการกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมการทดลองตอบสนองกระบวนการเรียนรู้
	6. ความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมและท่าเลที่ตั้ง	✓		พบข้อผิดพลาดบางประการเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในระหว่างดำเนินการทดลอง เช่น ลำโพงไม่ดัง ไฟดับ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ควบคุมยากอาจทำให้กิจกรรมหยุดชะงักเพียงเล็กน้อย

ตารางที่ 63 แสดงการเปรียบเทียบข้อมูลผลการประเมินประสิทธิภาพการทดลองการใช้คู่มือ ตามหลักทฤษฎีสามเส้าจากผู้วิจัย วิทยากร ผู้เข้าร่วมการทดลอง และผู้สังเกตการแบบไม่มีส่วนร่วม (ต่อ)

แหล่งข้อมูล	แนวทางการประเมิน	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ข้อเสนอแนะ
วิทยากร	1. ความพึงพอใจของการเข้าร่วมทดสอบคู่มือ		✓	เนื่องจากช่วงอายุของผู้เข้าร่วมการทดลองมีความหลากหลาย อาจส่งผลกระทบต่อระดับการรับรู้และวิธีการถ่ายทอดด้วยวิธีการที่ต่างกันไปตามช่วงอายุ รวมถึงความแตกต่างของภาระหน้าที่ในโรงแรมประเภทบูติก ซึ่งบางแห่งมีการแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน การพิจารณาความเหมาะสมของแผนกหรือฝ่ายของผู้เข้าร่วมการทดลอง
	2. ความเหมาะสมของเนื้อหาของคู่มือ	✓		เพิ่มเติมกรณีศึกษาจากสถานการณ์จริงในโรงแรมประเภทบูติกการลงมือ
	3. ความเหมาะสมของสื่อและกิจกรรมที่ใช้ในการทดลอง	✓		1. ควรดำเนินการปรับแก้ไขการใช้วิดีโอประกอบกิจกรรมหรือการบรรยาย เนื่องจากการถ่ายทำตัดต่ออาจส่งผลให้ผู้เข้าร่วมโครงการตีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งผู้วิจัยควรใช้รูปแบบไปงานที่เป็นโจทย์คำสั่งทดแทน 2. ควรจัดสรรตารางการศึกษาดูงานให้อยู่ช่วงเวลาท้ายที่สุดของแต่ละวัน เพื่อให้ผู้เข้าร่วมการทดลองได้ผ่อนคลายจากการเดินทาง หากมีการจัดกิจกรรมการบรรยายต่อเนื่องหลังการศึกษาดูงาน อาจส่งผลให้การเรียนรู้ของผู้รับบริการลดลง
	4. ประโยชน์ที่ได้รับจากคู่มือ	✓		
	5. ความรู้ของวิทยากรและการให้ความช่วยเหลือ	✓		1. สำหรับวิทยากรที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการเผยแพร่คู่มือควรเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ในธุรกิจโรงแรม หรือนักวิชาในอุตสาหกรรม การบริการและการท่องเที่ยว 2. การดำเนินรายการหรือการบรรยายของวิทยากรแนะนำให้มีการจัดสรรอัตราค่าจ้างคนวิทยากร 1 ท่าน ต่อ 1 หัวข้อ หรือ วิทยากร 2 ท่าน ต่อ 1 หัวข้อเท่านั้น
	6. ความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมและทำเลที่ตั้ง	✓		การปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดห้องประชุมจากเดิมแบบห้องเรียนในวันแรก เป็นแบบตัวอักษรยู (U) ในภาษาอังกฤษ เพื่อให้เหมาะสมกับกิจกรรมการเรียนรู้ในวันที่สอง

ตารางที่ 63 แสดงการเปรียบเทียบข้อมูลผลการประเมินประสิทธิภาพการทดลองการใช้คู่มือ ตามหลักทฤษฎีสามเส้าจากผู้วิจัย วิทยากร ผู้เข้าร่วมการทดลอง และผู้สังเกตการแบบไม่มีส่วนร่วม (ต่อ)

แหล่งข้อมูล	แนวทางการประเมิน	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ข้อเสนอแนะ
ผู้เข้าร่วมทดลอง	1. ความพึงพอใจของการเข้าร่วมทดสอบคู่มือ	✓		
	2. ความเหมาะสมของเนื้อหาของคู่มือ	✓		พนักงานบริการที่สามารถเข้าร่วมกับทดสอบคู่มือควรมีอายุงานอย่างน้อย 1 ปีขึ้นไป หรือผ่านระยะเวลาการทดลองงานมาแล้ว เนื่องจากทักษะการบริการของพนักงานใหม่จำเป็นต้องอาศัยระยะเวลาในการสะสมองค์ความรู้
	3. ความเหมาะสมของสื่อและกิจกรรมที่ใช้ในการทดลอง	✓		
	4. ประโยชน์ที่ได้รับจากคู่มือ	✓		สามารถนำไปเผยแพร่ให้กิจกรรมและเนื้อหาแก่พนักงานรุ่นต่อไปได้
	5. ความรู้ของวิทยากรและการให้ความช่วยเหลือ	✓		1. คำศัพท์และบทบรรยายที่เป็นภาษาอังกฤษ และคำไทยที่เป็นภาษาเชิงวิชาการ มีความยากต่อการตีความเพื่อสร้างความเข้าใจ 2. วิทยากรควรแนะนำรายละเอียดของคู่มือหรือแจ้งให้ผู้เข้าร่วมการทดลองทราบเกี่ยวกับเนื้อหาในแต่ละหน้า เพื่อควบคุมสมาธิให้อยู่กับคู่มืออย่างแท้จริง
	6. ความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมและทำเลที่ตั้ง	✓		

ตารางที่ 63 แสดงการเปรียบเทียบข้อมูลผลการประเมินประสิทธิภาพการทดลองการใช้คู่มือ ตามหลักทฤษฎีสามเส้าจากผู้วิจัย วิทยากร ผู้เข้าร่วมการทดลอง และผู้สังเกตการแบบไม่มีส่วนร่วม (ต่อ)

แหล่งข้อมูล	แนวทางการประเมิน	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ข้อเสนอแนะ
ผู้สังเกตการแบบไม่มีส่วนร่วม	1. ความพึงพอใจของการเข้าร่วมทดสอบคู่มือ	✓		
	2. ความเหมาะสมของเนื้อหาของคู่มือ	✓		1. เนื้อหาของคู่มือสามารถนำไปเป็นแนวทางการประยุกต์ในลักษณะของเกณฑ์การกรันตีโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวกับมาตรฐานการบริการของโรงแรมประเภทบูติก ที่มีความคล้ายคลึงกับการประกวดโรงแรมใบไม้สีเขียว ซึ่งเป็นทางเลือกสำหรับผู้ประกอบการที่สนใจในการสร้างมูลค่าของโรงแรมเพิ่มขึ้น 2. การระบุคุณสมบัติผู้เข้าร่วมการทดลองลงในบทนำของคู่มือ ซึ่งจะต้องอธิบายรายละเอียดต่างๆ ให้ชัดเจน
	3. ความเหมาะสมของสื่อและกิจกรรมที่ใช้ในการทดลอง	✓		การปรับเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาดูงาน จำเป็นต้องวิเคราะห์ระยะทางและรูปแบบกิจกรรมให้สอดคล้องกับสถานที่
	4. ประโยชน์ที่ได้รับจากคู่มือ	✓		
	5. ความรู้ของวิทยากรและการให้ความช่วยเหลือ	✓		1. วิทยากรที่มาร่วมถ่ายทอดความรู้จำเป็นต้องมีความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานบริการโรงแรมมาก่อน และต้องสามารถสะท้อนมุมมองจากผู้รับบริการ 2. วิทยากรต้องสามารถถ่ายทอดภาษาด้วยระดับอารมณ์ที่เหมาะสมกับเนื้อหาหรือตัวอย่างกิจกรรม
	6. ความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมและทำเลที่ตั้ง	✓		

จากตารางที่ 63 แสดงรายละเอียดการประเมินคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย โดยพิจารณาจากด้านความพึงพอใจของการเข้าร่วมการทดสอบพบว่า การคัดสรรสมาชิกที่เข้าร่วมการทดลองในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะต้องคำนึงคุณสมบัติที่ชัดเจนโดยเฉพาะการเลือกช่วงอายุ เนื่องจากผู้เข้าร่วมการทดลองแต่ละคนมีความแตกต่างในด้านการรับรู้ รวมถึงการแสดงความกระตือรือร้นต่อรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้จากการทดลองใช้คู่มือพบว่าผู้เข้าร่วมที่มีอายุมากจะมีความสนใจในกิจกรรมเพียงระยะเวลาสั้นๆ หรือในบางกิจกรรมที่ต้องมีการรวมกลุ่มกับเพื่อนสมาชิกต่างฝ่ายหรือแผนก หรือต่างโรงแรม จะเกิดปัญหาการขาดความร่วมมือในการปฏิบัติตามอยู่บ่อยครั้ง กระบวนการถ่ายทอดชุดความรู้จากคู่มือของผู้วิจัยไม่สมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ตั้งแต่แรก และอาจเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้มาจากภาระหน้าที่การทำงานหรือความจำเป็นที่ผู้เข้าร่วมการทดลองอาจจะหยุดชะงักในระหว่างช่วงเวลา อันเนื่องมาจากความจำเป็นส่วนตัวต่อการดำเนินกิจวัตรประจำวัน

สำหรับความเหมาะสมของเนื้อหาของคู่มือเป็นเพียงการนำผลการศึกษาในขั้นตอนการวิจัยที่ 1-2 มาประยุกต์ใช้เท่านั้น การเรียบเรียงเนื้อหาของคู่มือควรเพิ่มเติมกรณีศึกษาภายในโรงแรมประเภทบูติก รวมถึงการใช้รูปภาพประกอบการบรรยายในแต่ละกิจกรรม เพื่อให้พนักงานบริการเกิดความรู้ความเข้าใจมากยิ่งขึ้น ในขณะที่เดียวกันผู้วิจัยสมควรที่จะต้องกำหนดคุณสมบัติของผู้เข้าร่วมการทดลองที่มีอายุงานตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป หรืออาจเป็นพนักงานที่ผ่านระยะเวลาของการทดลองงานมาแล้ว ซึ่งจะต้องระบุรายละเอียดของเงื่อนไขดังกล่าวเอาไว้ในคู่มือให้ชัดเจน เนื่องด้วยการสร้างความเอาใจใส่พิเศษในแต่ละองค์ประกอบให้เกิดความสมบูรณ์ได้ จะต้องอาศัยประสบการณ์ในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายตามสายงาน และการเรียนรู้พฤติกรรมของผู้รับบริการที่มีความหลากหลายทางด้านภูมิภาค ทั้งนี้ การประเมินผลการใช้คู่มือยังพบว่า โรงแรมประเภทบูติกที่ใช้ระบบการบริหารจัดการแบบเครือข่าย (Hotel Chains) มีนโยบายที่เป็นเงื่อนไขหรือข้อบังคับที่เป็นลำดับขั้นตอนและขาดความยืดหยุ่นในกระบวนการปฏิบัติงาน อีกทั้งยังเป็นมาตรฐานที่ได้รับจากต้นสังกัดที่ยากต่อการเปลี่ยนแปลง การใช้คู่มือ จากการวิจัยอาจไม่สามารถเข้าไปช่วยส่งเสริมทักษะความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในขณะที่ความเหมาะสมของสื่อและกิจกรรมที่ใช้ในการทดลองพบว่า ความเหมาะสมของคู่มือ ควรเพิ่มเติมกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างพนักงานบริการประเภทบูติก เพื่อให้มีส่วนช่วยในการนำเสนอประสบการณ์ที่พบเจอในแต่ละโรงแรม สามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจในระหว่างที่พบเจอปัญหา รวมถึงกิจกรรมการศึกษาดูงานนอกสถานที่ เหมาะสำหรับองค์ประกอบด้านความต้องการความรู้ (Need Knowledge) เกี่ยวกับกิจกรรมการเยี่ยมชมทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และด้านทัศนคติ (Attitude) เกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้สถานประกอบการโรงแรมที่ได้รับความนิยมหรือโรงแรมประเภทบูติกต้นแบบ ซึ่งทั้ง 2 องค์ประกอบมีต้นกำเนิดมาจากทักษะทางด้านปัญญา (Cognitive) ผู้วิจัยจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนลำดับกิจกรรมการศึกษาดูงานให้อยู่ช่วงสุดท้ายในแต่ละวัน เนื่องจากการสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้เข้าร่วมการทดลองจากผู้วิจัยและกลุ่มวิทยากรพบว่า หลังจากเสร็จสิ้นกิจกรรมการศึกษาดูงานนอกสถานที่ในแต่ละวัน โดยผู้เข้าร่วมการทดลองต้องกลับมาสู่รูปแบบการเรียนรู้ภายในห้องเรียนอีกครั้ง ความกระตือรือร้นและความสนใจในเนื้อหาของผู้เข้าร่วมการทดลองได้ลดลงและไม่มีความสนใจ อาจมีสาเหตุมาจากความเหนื่อยล้าในการ

เดินทางที่ผ่านมา สำหรับกิจกรรมการรับชมวิดีโอที่ใช้เป็นสื่อการเรียนการสอนนั้น ผู้วิจัยจำเป็นต้อง ทบทวนเนื้อหาที่ดำเนินการถ่ายทำเพื่อให้สามารถรับชมได้ทุกช่วงอายุ ไม่หลีกเลี่ยงบรรยายและ ภาพประกอบที่ต้องอาศัยการตีความของผู้เข้าร่วมการทดลอง เนื่องจากพนักงานบริการแต่ละคนมี ความสามารถในการรับรู้ที่แตกต่างกัน วิทยากรจึงแนะนำให้ผู้วิจัยได้ใช้โจทย์คำสั่งที่ชัดเจนเป็น กิจกรรมทดแทน อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยยังคงพบประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการเรียนรู้ในลักษณะ ของการแข่งขัน โดยผู้ที่ได้รับคะแนนมากที่สุดในแต่ละกิจกรรมจะมีสิทธิได้รับรางวัลพิเศษ ซึ่งเป็น รูปแบบการสร้างแรงจูงใจที่ยังคงได้รับความนิยมจากผู้เข้าร่วมการทดลองทุกครั้ง สามารถกระตุ้น ความสนใจสมาชิกที่เข้าร่วมการทดลองได้อย่างพร้อมเพรียงกัน

สำหรับประโยชน์ที่ได้รับจากคู่มือจากกลุ่มผู้เข้าร่วมการทดลองได้ให้ความเห็นว่า สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาแก่พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ซึ่งทางโรงแรมจะต้องจัดเตรียมสถานที่และอุปกรณ์เครื่องมือสำหรับการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้เพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าร่วมทดลองคู่มือหรือการอบรม รวมถึงการคำนึงถึงความรู้ความสามารถ ของใช้กลุ่มวิทยากรที่มีความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ในการปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมมาก่อน เพื่อการสะท้อนมุมมองของผู้รับบริการ พร้อมกับการควบคุมรูปแบบภาษาการสื่อสารที่ต้อง ปรับเปลี่ยนประโยคสนทนาให้สอดคล้องกับการรับรู้ในแต่ละบุคคล และหลีกเลี่ยงคำศัพท์ที่เป็น วิชาการที่ใช้ในการบรรยายและการปรับลดระดับความเร็วในการถ่ายถอดเนื้อหา ตลอดจนการเตรียม ความพร้อมสภาพแวดล้อมและทำเลที่ตั้งให้เหมาะสมกับรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ในแต่ละ องค์ประกอบ จากวันแรกที่ดำเนินการทดลองด้วยการจัดห้องประชุมแบบห้องเรียน (Class Room) เพื่อให้เหมาะสมกับองค์ประกอบที่มีต้นกำเนิดมาจากทักษะทางด้านปัญญา (Cognitive) ที่มุ่งเน้นให้ ผู้เข้าร่วมการทดลองได้ฝึกฝนทักษะการเรียนรู้ และในวันที่ 2 ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดลองด้วยการ ปรับเปลี่ยนการจัดห้องประชุมเป็นแบบตัวอักษรยูในภาษาอังกฤษ (U Shape) เพื่อมุ่งเน้นให้ พนักงานบริการได้เรียนรู้ร่วมกับสมาชิกภายในกลุ่ม อีกทั้งยังเป็นการบริหารความสัมพันธ์กับสมาชิก ใหม่ที่มาจากต่างโรงแรมเป็นพื้นฐานมาจากทักษะทางด้านอารมณ์ (Affective) นอกจากนี้ยังพบว่า เครื่องมืออุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกเชิงเทคนิคหากอยู่ในสภาพไม่พร้อมใช้งานหรือเกิด การชำรุดจะส่งผลกระทบต่อกิจกรรมการเรียนรู้ของผู้เข้าร่วมการทดลองโดยตรง

3. ผลการประเมินผลการทดลองการใช้คู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

3.1 การประเมินความรู้เกี่ยวกับความเอาใจใส่ของผู้เข้าร่วมการทดลองก่อนและหลัง การใช้คู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรม ประเภทบูติคของประเทศไทย ดังตารางที่ 64

ตารางที่ 64 แสดงการสรุปผลคะแนนการทำแบบทดสอบเปรียบเทียบความรู้ก่อนและหลังการทดลองการใช้คู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ

ลำดับของ ผู้เข้าร่วมการ ทดลอง	คะแนน		ค่าความต่างคะแนนแต่ละคู่ (X_2) - (X_1) (D)
	ก่อน (X_1)	หลัง (X_2)	
1	23	27	4
2	21	25	4
3	18	11	-7
4	22	22	0
5	17	26	9
6	18	27	9
7	29	29	0
8	23	25	2
9	26	24	-2
10	23	31	8
11	19	28	9
เฉลี่ย	21.72	25.00	3.27

จากตารางที่ 64 แสดงผลการทำแบบทดสอบความรู้ก่อนและหลังการทดลองใช้คู่มือของผู้เข้าร่วมการทดลองแต่ละคน ดำเนินการวิเคราะห์ผู้เข้าร่วมการทดลองมีความรู้เพิ่มขึ้นหรือไม่ หลังจากการเข้าร่วมทดลองใช้คู่มือ โดยใช้วิธีการของแม็คเนมาร์ (McNemar Test) และมีสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

H_0 หมายถึง พนักงานบริการที่ทดลองใช้คู่มือมีคะแนนทดสอบความรู้ไม่แตกต่าง

H_1 หมายถึง พนักงานบริการที่ทดลองใช้คู่มือมีคะแนนทดสอบความรู้เพิ่มขึ้นก่อนเข้าร่วมการทดลอง

ผลการตรวจสอบความแตกต่างระหว่างการประเมินความรู้ที่เกี่ยวกับความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการที่เข้าร่วมการทดลอง โดยใช้หลักการวิเคราะห์ด้วยสถิติแม็คเนมาร์ (McNemar Test) แสดงได้ดังตารางที่ 65

ตารางที่ 65 แสดงผลการตรวจสอบความแตกต่างระหว่างการประเมินความรู้ของพนักงานบริการที่เข้าทดลองใช้คู่มือก่อนและหลังเข้าร่วมทดลองในกลุ่มทดลอง

การประเมินความรู้ของผู้เข้าร่วมทดลอง	จำนวน (คน)	Z-Test	p-value
ก่อนเข้าร่วมโปรแกรม	11	5.41***	0.001
หลังเข้าร่วมโปรแกรม	11		

หมายเหตุ: **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 65 แสดงผลการตรวจสอบความแตกต่างระหว่างการประเมินความรู้ที่เกี่ยวกับความเอาใจใส่พิเศษของผู้เข้าร่วมการทดลองในกลุ่มทดลอง สามารถจำแนกได้ก่อนและหลังการเข้าร่วมการทดลองคู่มือ สามารถอธิบายได้ว่า ความเอาใจใส่ของผู้เข้าร่วมการทดลอง หลังเสร็จสิ้นการทดลองมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Z-Test = 5.41, p-value = 0.001) ค่าของ p-value น้อยกว่า 0.01 หมายถึง คู่มือได้จากการวิจัยและพัฒนาสามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2 การประเมินความรู้เกี่ยวกับความเอาใจใส่ของกลุ่มควบคุมและกลุ่มคู่มือ มาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ดังตารางที่ 66

ตารางที่ 66 แสดงการสรุปผลคะแนนการทำให้แบบทดสอบความรู้เปรียบเทียบกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลองหลังการใช้คู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ

ลำดับของ ผู้เข้าร่วมการทดลอง	คะแนนกลุ่ม		ค่าความต่างคะแนนแต่ละคู่ $(X_2) - (X_1)$ (D)
	ควบคุม (X_1)	ทดลอง (X_2)	
1	25	27	2
2	22	25	3
3	18	11	-7
4	19	22	3
5	17	26	9
6	18	27	9
7	21	29	8
8	28	25	3
9	31	24	-7
10	29	31	2
11	25	28	3
เฉลี่ย	23	25	2.54

จากตารางที่ 66 แสดงผลการทำแบบทดสอบความรู้เกี่ยวกับความเอาใจใส่ของกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลองด้วยวิธีการวิเคราะห์ผู้เข้าร่วมการทดลองมีความรู้เพิ่มขึ้นหรือไม่หลังจากการเข้าร่วมทดลองใช้คู่มือ โดยใช้วิธีการของแม็คเนมาร์ (McNemar Test) และมีสมมติฐานการวิจัยดังนี้

H_0 หมายถึง พนักงานบริการกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลองมีค่าคะแนนทดสอบความรู้ไม่แตกต่างกัน

H_1 หมายถึง พนักงานบริการกลุ่มทดลองมีค่าคะแนนทดสอบความรู้มากกว่ากลุ่มควบคุม

ผลการตรวจสอบความแตกต่างระหว่างการประเมินความรู้เกี่ยวกับความเอาใจใส่พิเศษของผู้เข้าร่วมการทดลอง โดยใช้หลักการวิเคราะห์ด้วยสถิติแม็คเนมาร์ (McNemar Test) แสดงได้ดังตารางที่ 67

ตารางที่ 67 แสดงผลการตรวจสอบความแตกต่างระหว่างการประเมินความรู้เกี่ยวกับความเอาใจใส่ของพนักงานบริการหลังเข้าร่วมทดลองในกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลอง

การประเมินความรู้ของผู้เข้าร่วมโปรแกรม	จำนวน (คน)	Z-Test	p-value
กลุ่มควบคุม	11	2.81***	0.005
กลุ่มทดลอง	11		

หมายเหตุ: **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 67 แสดงความแตกต่างระหว่างการประเมินความรู้ที่เกี่ยวกับความเอาใจใส่พิเศษในกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลอง สามารถอธิบายได้ว่า ความเอาใจใส่ของผู้เข้าร่วมการทดลอง หลังเสร็จสิ้นการทดลองมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Z-Test = 2.81, p-value = 0.005) ค่าของ p-value น้อยกว่า 0.01 หมายถึง คู่มือได้จากการวิจัยและพัฒนาสามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ผลการประเมินพฤติกรรมการปฏิบัติงานที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

จากการนำคู่มือไปทดลองใช้ในภาคสนาม ผู้วิจัยได้ออกแบบการประเมินพฤติกรรมการปฏิบัติงานที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคโดยผู้ควบคุมการปฏิบัติงานของโรงแรมประเภทบูติคแต่ละแห่งพบว่า ผู้เข้าร่วมการทดลองมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมความเอาใจใส่หรือไม่ โดยใช้ผลการทดลองในกลุ่มทดลอง 15 วัน และ 30 วัน หลังจากเข้าร่วมการทดลองคู่มือ สามารถพิจารณาได้จากตารางที่ 68

ตารางที่ 68 แสดงผลการเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของพนักงานบริการหลังการทดลอง 15 วัน และ 30 วัน

รูปแบบโรงแรม ประเภทบูติก รายแห่ง	คะแนนหลังการทดลองคู่มือ		ค่าความต่างคะแนนแต่ละคู่ (X_2) - (X_1) (D)
	15 วัน (X_1)	30 วัน (X_2)	
1	40	40	0
2	45	45	0
3	44	38	-6
4	44	45	1
5	45	45	0
6	37	40	3
7	45	45	0
8	39	37	-2
เฉลี่ย	42.38	41.88	-0.50

จากตารางที่ 68 แสดงผลคะแนนจากการแสดงพฤติกรรมการปฏิบัติงานที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษหลังจากทดลองใช้คู่มือ โดยการแบบประเมินแบบรายแห่งเป็นสถานประกอบการโดยผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน พบว่า คะแนนการแสดงพฤติกรรมหลังการเข้าร่วมการทดลองหลัง 30 วัน (เฉลี่ย 41.88) ต่ำกว่าหลังการเข้าร่วมการทดลอง 15 วัน (เฉลี่ย 42.38) สำหรับโรงแรมประเภทบูติกแห่งที่ 1 และ 6 หมายถึง รูปแบบหรูหราและร่วมสมัย (Luxury and Modern) โรงแรมประเภทบูติกแห่งที่ 2 และ 5 หมายถึง รูปแบบศิลปะสถาปัตยกรรมการออกแบบ (Art and Thematic) โรงแรมประเภทบูติกแห่งที่ 3 และ 8 หมายถึง รูปแบบอยู่ร่วมกับธรรมชาติ (Nature) และโรงแรมประเภทบูติกแห่งที่ 4 และ 7 หมายถึง รูปแบบดัดแปลงอาคารเก่าแก่หรือตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน (Culture) ซึ่งค่าคะแนนเฉลี่ยของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกลุ่มทดลองสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 69

ตารางที่ 69 แสดงค่าคะแนนของพฤติกรรมกาปฏิบัติงานที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ การให้ข้อมูลป้อนกลับเฉลี่ย 15 วัน 30 วัน หลังการทดลองโดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยในแต่ละด้าน จำแนกตามรายแห่งของโรงแรมประเภทบูติคทั้ง 4 รูปแบบ

คำถาม	รูปแบบโรงแรมประเภทบูติค	การแสดงพฤติกรรม
1. ด้านความต้องการเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในภาระหน้าที่ตามฝ่ายหรือแผนก พร้อมความสามารถในการให้บริการแก่ผู้รับบริการแต่ละภูมิภาคต่างๆ ด้วยการสื่อสารภาษาอังกฤษและเทคโนโลยีสารสนเทศ	หรูหราฯ	5
	ศิลปะฯ	5
	ธรรมชาติฯ	4.5
	วัฒนธรรมฯ	5
2. ด้านการตัดสินใจจากประสบการณ์การปฏิบัติงานในการแก้ไขปัญหา สามารถคาดคะเนความต้องการของผู้รับบริการและการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อออกแบบการบริการในแต่ละวันให้มีความแตกต่าง	หรูหราฯ	4
	ศิลปะฯ	5
	ธรรมชาติฯ	5
	วัฒนธรรมฯ	5
3. ด้านความจำเป็นเกี่ยวกับข้อมูลที่สำคัญของผู้รับบริการ เช่น ชื่อ-นามสกุล อายุ อาชีพ ภูมิลำเนา โรคประจำตัว เป็นต้น รวมถึงการสังเกตรายละเอียดของผู้รับบริการในระหว่างที่เข้าพัก	หรูหราฯ	4.5
	ศิลปะฯ	5
	ธรรมชาติฯ	4.5
	วัฒนธรรมฯ	5
4. ด้านทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ตนเอง และผู้รับบริการ ตลอดจนการปฏิบัติงานบนพื้นฐานของหลักคุณธรรมจริยธรรม และมีความพร้อมอุทิศตนในการรักษาทรัพยากรของชุมชน	หรูหราฯ	4.5
	ศิลปะฯ	5
	ธรรมชาติฯ	4
	วัฒนธรรมฯ	5
5. ด้านการรับรู้จากปัญหาของผู้รับบริการแต่ละราย รวมถึงการมีทักษะความเฉลียวใจของพนักงานบริการในการข้มถามปัญหาเมื่อเกิดความไม่เข้าใจสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ	หรูหราฯ	4.5
	ศิลปะฯ	5
	ธรรมชาติฯ	4
	วัฒนธรรมฯ	5
6. ด้านการโต้ตอบทางอารมณ์ของพนักงานบริการที่สามารถเลือกรูปแบบวิธีการสื่อสารออกมาได้อย่างเหมาะสม และพบข้อร้องเรียนในการบริการจากผู้รับบริการลดลง	หรูหราฯ	5
	ศิลปะฯ	5
	ธรรมชาติฯ	5
	วัฒนธรรมฯ	5

ตารางที่ 69 แสดงค่าคะแนนของพฤติกรรมการปฏิบัติงานที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ การให้ข้อมูลป้อนกลับเฉลี่ย 15 วัน 30 วัน หลังการทดลองโดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยในแต่ละด้าน จำแนกตามรายแห่งของโรงแรมประเภทบูติคทั้ง 4 รูปแบบ (ต่อ)

คำถาม	รูปแบบโรงแรมประเภทบูติค	การแสดงพฤติกรรม
7. ด้านความเสมอภาคในการส่งมอบการบริการที่มีความเท่าเทียมกันทุกราย และพนักงานบริการสามารถออกแบบกระบวนการให้บริการภายใต้ระยะเวลาที่เหมาะสม	หรูหราฯ	4.5
	ศิลปะฯ	5
	ธรรมชาติฯ	4.5
	วัฒนธรรมฯ	5
8. ด้านการยกย่องให้เกียรติผู้รับบริการที่คำนึงถึงความเป็นส่วนตัวด้วยกิริยาท่าทางที่ตระหนักถึงกาลและเทศะ ร่วมกับการป้องกันความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของผู้รับบริการ	หรูหราฯ	4.5
	ศิลปะฯ	5
	ธรรมชาติฯ	5
	วัฒนธรรมฯ	5
9. ด้านการสร้างความสุขตั้งแต่วินาทีแรกที่พบเจอผู้รับบริการ จนถึงการสิ้นสุดการให้บริการด้วยวิธีการต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น บุคลิกภาพที่มีความเป็นมืออาชีพ การใช้ทรัพยากรหรือกิจกรรมต่างๆ ภายในโรงแรม	หรูหราฯ	4.5
	ศิลปะฯ	5
	ธรรมชาติฯ	4.5
	วัฒนธรรมฯ	5
ค่าคะแนนรวมเฉลี่ย	หรูหราฯ	4.55
	ศิลปะฯ	5
	ธรรมชาติฯ	4.55
	วัฒนธรรมฯ	5

จากตาราง 69 แสดงค่าคะแนนของกลุ่มทดลอง พบว่า มีคะแนนพฤติกรรมการปฏิบัติงานที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษในแต่ละด้านเพิ่มขึ้นและแตกต่างกันตามรูปแบบของโรงแรมประเภทบูติค ซึ่งผู้วิจัยได้นำผลคะแนนจากการตอบแบบสอบถามความคิดเห็นมากำหนดเป็นสมมติฐานการวิจัยเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการปฏิบัติงานที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ ดังนี้

H_0 หมายถึง คะแนนการพฤติกรรมการปฏิบัติงานที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษตามจำแนกตามรายแห่งของโรงแรมประเภทบูติคไม่แตกต่างกัน

H_1 หมายถึง คะแนนการพฤติกรรมการปฏิบัติงานที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษตามจำแนกตามรายแห่งของโรงแรมประเภทบูติคแตกต่างกัน

ผลการตรวจสอบความแตกต่างระหว่างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมการทดลอง จำแนกตามรายแห่ง โดยใช้หลักการวิเคราะห์ด้วยสถิติด้วยวิธีการของแมนวิทนี (The Mann-Whitney U test) แสดงได้ดังตารางที่ 70

ตารางที่ 70 แสดงผลการตรวจสอบความแตกต่างระหว่างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมการทดลอง 15 วัน และ 30 วัน หลังการเข้าร่วมทดลองใช้คู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ

การประเมินความรู้ของผู้เข้าร่วมโปรแกรม	จำนวน (แห่ง)	Mean Rank	Mann - Whitney U	Z-Test	p-value
กลุ่มหรรษา	2	9.44	40	0.49**	0.004
กลุ่มศิลปะฯ	2	13.00	9	3.24**	0.001
กลุ่มธรรมชาติฯ	2	6.5	13.5	2.86**	0.004
กลุ่มวัฒนธรรมฯ	2	7.22	20	3.04**	0.002

หมายเหตุ: **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 70 แสดงความแตกต่างระหว่างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมการทดลอง จำแนกตามตามระยะเวลา 15 วันและ 30 วัน หลังการเข้าร่วมการทดลองใช้คู่มือสามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มทดลองมีผลคะแนนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ รูปแบบหรรษาและร่วมสมัย (Z-Test = 0.49, p-value = 0.004) รูปแบบศิลปะสถาปัตยกรรมการออกแบบ (Z-Test = 3.24, p-value = 0.001) รูปแบบอยู่ร่วมกับธรรมชาติ (Z-Test = 2.86, p-value = 0.004) และรูปแบบดัดแปลงอาคารเก่าแก่หรือตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน (Z-Test = 3.04, p-value = 0.002) ซึ่งทั้งหมดมีค่าของ p-value น้อยกว่า 0.01 หมายถึง คู่มือได้จากการวิจัยและพัฒนาสามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 6

สรุปผล อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

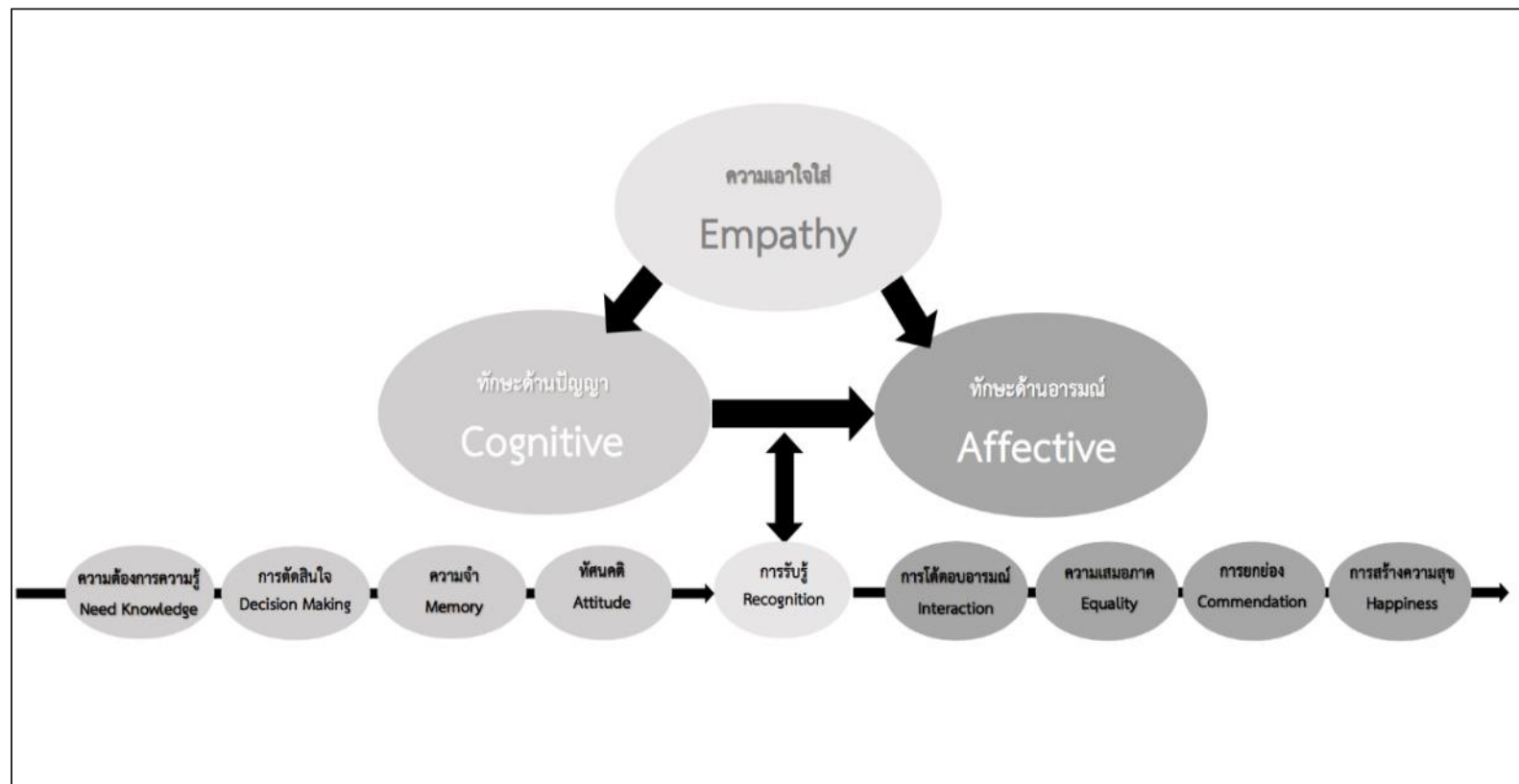
การศึกษาเรื่อง การพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย เป็นการวิจัยและการพัฒนา (Research and Development) ด้วยการทดลองคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ภายใต้วิธีวิจัยแบบกึ่งทดลอง (Quasi-Experimental) ในรูปแบบการทดลองแบบสองกลุ่ม วัดผลก่อนและหลังการทดลอง (Pretest Posttest Control and Experimental Group Desing) เพื่อเข้าสู่การประเมินประสิทธิภาพของคู่มือมาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในกระบวนการปฏิบัติงานของพนักงานบริการ ซึ่งผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเอาใจใส่และบริบทของโรงแรมประเภทบูติค มีการจัดลำดับขั้นตอนการวิจัยออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเอกสารและการประยุกต์ทฤษฎีฐานรากที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มองค์ประกอบความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการ โรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย รวมถึงการค้นพบข้อสรุปเชิงทฤษฎี ขั้นตอนที่ 2 การยืนยันองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษ ร่วมกับการจัดประชุมกลุ่มเพื่อกำหนดคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่ และขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย จากการนำเอาคู่มือไปทดลองใช้ในภาคสนามและการประเมินผลประสิทธิภาพของคู่มือ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาทักษะการบริการของพนักงานโรงแรมประเภทบูติคของไทยสู่ความเป็นมืออาชีพ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัยและพัฒนา

1. ผลการวิจัยขั้นตอนที่ 1 แนวโน้มบทบาทองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย เริ่มต้นจากการวิจัยเอกสารจากการทบทวนวรรณกรรมตามแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความเอาใจใส่พบว่า ความเอาใจใส่ (Empathy) เป็นองค์ประกอบหนึ่งของการวัดระดับคุณภาพบริการ (Service Quality) ซึ่งพนักงานบริการจะต้องช่วยเหลือผู้รับบริการด้วยความเข้าใจ หรือการใช้ทักษะการสื่อสารที่มีความชัดเจนต่อการรับรู้ของผู้รับบริการ แนวทางการประยุกต์ใช้ความเอาใจใส่ทางธุรกิจบริการเพื่อสร้างการตอบสนองแก่ผู้รับบริการโดยการกำหนดระยะเวลาการเปิด-ปิดตามความสะดวกของผู้รับบริการ การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการทุกคนในลักษณะเดียวกัน รวมถึงการให้ความสนใจกับรายละเอียดส่วนบุคคลเพื่อเรียนรู้พฤติกรรมเชิงลึกอย่างแท้จริง ในขณะที่การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างความเอาใจใส่ในกลุ่มของงานวิจัยต่างประเทศ ได้นำเสนอว่าองค์ประกอบของความเอาใจใส่ของมนุษย์ทั่วไป ประกอบด้วย (1) ทักษะด้านปัญญา (Cognitive) ที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพทางสมองของมนุษย์ ที่จะต้องเรียนรู้สิ่ง

ต่างๆ รอบตัวด้วยความเข้าใจ สามารถคิดวิเคราะห์อย่างเป็นเหตุเป็นผลและการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ให้แก่การปฏิบัติงาน (2) ทักษะด้านอารมณ์ (Affective) ที่จะต้องอาศัยการรับรู้ในสิ่งแวดล้อมต่างๆ เพื่อแสดงออกถึงการกำหนดวิธีการโต้ตอบกับผู้รับบริการ พร้อมกับการหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้ากับผู้รับบริการด้วยรูปแบบการสื่อสารที่มีความเหมาะสม สามารถสร้างความสุขแก่ผู้รับบริการแบบรายบุคคลได้ นอกจากนี้ จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถค้นพบความเกี่ยวข้ององค์ประกอบย่อยของทักษะทางด้านปัญญา (Cognitive) และทักษะทางด้านอารมณ์ (Affective) ซึ่งผู้วิจัยใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการประยุกต์ใช้เป็นข้อคำถามปลายเปิดสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) จากผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 17 คน ซึ่งเป็นผู้ควบคุมการปฏิบัติงานของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย โดยใช้วิวิธนาการประยุกต์ทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) สามารถค้นพบข้อสรุปเชิงทฤษฎีที่เกี่ยวกับความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติก ดังนี้

ความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกมีทั้งสิ้น 2 องค์ประกอบหลัก คือ (1) ทักษะทางด้านปัญญา (Cognitive) ประกอบด้วย (1.1) ความต้องการความรู้ (Need Knowledge) เกี่ยวกับภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย การใช้อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการบริการในโรงแรม (1.2) การตัดสินใจ (Decision Making) เป็นการคิดวิเคราะห์โดยเชื่อมโยงเรื่องราวจากประสบการณ์ในอดีตของพนักงาน เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ปัจจุบัน (1.3) ความจำ (Memory) บันทึกรายละเอียดของข้อมูลส่วนบุคคลที่จำเป็นของผู้รับบริการ เพื่อนำมาใช้เป็นการจัดสรรบริการให้เกิดความพร้อม (1.4) ทักษะทัศนคติ (Attitude) เกิดจากแนวความคิดของพนักงานบริการที่แสดงออกต่อผู้รับบริการ มีสาเหตุมาจากพื้นฐานของการดำเนินชีวิต การปลูกฝังจากวัฒนธรรมองค์กร และสภาพแวดล้อมที่เผชิญในแต่ละวัน และ (2) ทักษะทางด้านอารมณ์ (Affective) ประกอบด้วย (2.1) การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) เป็นเทคนิคการสื่อสารที่ต้องคำนึงถึงสิ่งที่ผู้รับบริการพบเจอเสมือนตนเองอยู่ในสถานการณ์เดียวกัน เพื่อสร้างรูปแบบการสนทนาสื่อสารเพื่อหลีกเลี่ยงข้อร้องเรียนและความไม่พึงพอใจต่อการบริการ (2.2) ความเสมอภาค (Equality) การพิจารณาถึงระดับอารมณ์ของผู้รับบริการที่ได้รับจากการจัดสรรทรัพยากรภายใต้ความเท่าเทียมกันทุกคน (2.3) การยกย่องให้เกียรติ (Commendation) การแสดงความพร้อมของพนักงานบริการ ตั้งแต่กระบวนการต้อนรับ ระหว่างการเข้ารับบริการในแต่ละฝ่ายหรือแผนก และการสิ้นสุดการให้บริการ (2.4) การสร้างความสุข (Happiness) จากการใช้ทรัพยากรภายในและภายนอกโรงแรม เพื่อพัฒนาให้เป็นรูปแบบกิจกรรมเกมส์และกีฬา มุ่งเน้นเกิดความบันเทิงแก่ผู้รับบริการ นอกจากนี้ องค์ประกอบย่อยด้านการรับรู้ (Recognition) เป็นกระบวนการเรียนรู้จากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของพนักงานบริการ ซึ่งจะต้องอาศัยทักษะทางด้านปัญญา (Cognitive) ในการคิดวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับอย่างถี่ถ้วน พร้อมกับการประเมินความคาดหวังของผู้รับบริการให้ถูกต้อง ซึ่งมีความสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องกับทักษะทางด้านอารมณ์ (Affective) ในสถานะเดียวกันกับผู้รับบริการ โดยจะต้องดำเนินการสร้างหรือปรับเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารสนทนาที่มีความเหมาะสมกับผู้รับบริการแต่ละบุคคลดังภาพที่ 38



ภาพที่ 38 แสดงวิวัฒนาการปรับเปลี่ยนองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษจากการวิจัยเอกสารการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม สู่การสร้าง
ทฤษฎีฐานราก

2. ผลการวิจัยขั้นตอนที่ 2 องค์ประกอบของตัวชี้วัดความเอาใจใส่ในการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย เริ่มต้นจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) พบว่า พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 – 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริการโรงแรมที่มีรูปแบบอยู่ร่วมกับธรรมชาติ ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานอยู่ในแผนกต้อนรับและบริการส่วนหน้า มีประสบการณ์การปฏิบัติงาน 1-5 ปี สำหรับระดับความคิดเห็นความเอาใจใส่พิเศษโดยรวมของแต่ละด้านพบว่า ด้านความเสมอภาค (Equality) มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด รองลงมาด้านการยกย่องให้เกียรติ (Commendation) และด้านทัศนคติ (Attitude) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า (1) ด้านความต้องการความรู้ (Need Knowledge) มีการจัดลำดับตัวแปรตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบดังนี้ ความต้องการความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้รับบริการ ความต้องการความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ความต้องการความรู้เกี่ยวกับภาระงานตามฝ่ายหรือแผนก ความต้องการความรู้เกี่ยวกับโรงแรม ความต้องการความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และความต้องการความรู้เกี่ยวกับภาษาอังกฤษและภาษาที่ 3 (2) ด้านการตัดสินใจ (Decision Making) มีการจัดลำดับตัวแปรตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบดังนี้ การวิเคราะห์ความต้องการของผู้รับบริการตามกลุ่ม การพิจารณาจำนวนผู้รับบริการที่เข้าร่วมเดินทาง การใช้ประสบการณ์ครั้งก่อนในการให้บริการ และการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในสายอาชีพ (3) ด้านความจำ (Memory) มีการจัดลำดับตัวแปรตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบดังนี้ การสังเกตพฤติกรรมของผู้รับบริการ การสืบค้นข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นจากช่องทางออนไลน์ การจดจำหมายเลขห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวก และชื่อ-นามสกุล ข้อมูลส่วนบุคคลอื่นๆ (4) ด้านทัศนคติ (Attitude) มีการจัดลำดับตัวแปรตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบดังนี้ เป้าหมายในการประกอบอาชีพในอนาคต การมีจิตบริการและสามารถปฏิบัติงานในแผนกใกล้เคียง ความศรัทธาและความเชื่อมั่นในองค์กร และการยึดหลักจริยธรรมในการประกอบอาชีพ (5) ด้านการรับรู้ (Recognition) มีการจัดลำดับตัวแปรตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบดังนี้ การรับรู้ปัญหาเกี่ยวกับการบริการ การรับรู้คำชื่นชมเกี่ยวกับการบริการ การรับรู้คำบอกเล่าหรือคำปรึกษาที่อยู่นอกเหนือการบริการ และการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการตามความสงสัย (6) ด้านการโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) มีการจัดลำดับตัวแปรตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบดังนี้ การอธิบายเงื่อนไขและข้อจำกัดในการบริการ การรายงานความคืบหน้าแก่ผู้รับบริการ การประสานงานขอความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงานหรือผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน การจัดสรรการบริการทดแทนความผิดพลาด และการไม่ชักสีหน้าและการใช้น้ำเสียงที่สุภาพ (7) ด้านการยกย่องให้เกียรติ (Equality) มีการจัดลำดับตัวแปรตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบดังนี้ การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก การจัดลำดับการให้บริการก่อน-หลัง การให้สิทธิพิเศษในการเข้ารับบริการ และการชดเชยการบริการหากการบริการไม่เป็นไปตามเงื่อนไข (8) ด้านการยกย่องให้เกียรติ (Commendation) มีการจัดลำดับตัวแปรตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบดังนี้ การไม่เข้าห้องพักและการไม่เคลื่อนย้ายสิ่งของ การไม่สัมผัสร่างกายผู้รับบริการทุกสัญชาติ การควบคุมความปลอดภัยแก่ผู้รับบริการ การยกมือไหว้สวัสดีและการกล่าวทักทาย และการไม่แสดงกิริยาท่าทางถึงความสนิทกับ

ผู้รับบริการ (9) ด้านการสร้างความสุข (Happiness) มีการจัดลำดับตัวแปรตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบดังนี้ การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม การส่งมอบบริการด้วยบริการพิเศษในวินาทีแรก การเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น การมอบบริการและของที่ระลึกในวันและเทศกาลสำคัญของผู้รับบริการ

จากนั้นผู้วิจัยได้จัดทำคู่มือตามองค์ประกอบความเอาใจใส่ในการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ด้วยวิธีวิพากษ์การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จากกลุ่มผู้ประกอบการหรือผู้จัดการโรงแรมประเภทบูติคจำนวน 7 คน นักวิชาการจำนวน 4 คน รวมทั้งหมดเป็น 12 คน เพื่อคัดสรรกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค ทั้ง 9 องค์ประกอบดังนี้

ความต้องการความรู้ (Need Knowledge) ประกอบด้วย ความรู้เกี่ยวกับโรงแรมและขอบเขตหน้าที่ภายในแผนก ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ความรู้เกี่ยวกับความหลากหลายของพฤติกรรมของผู้รับบริการ ความรู้เกี่ยวกับการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ และความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะความเอาใจใส่พิเศษ คือ การหมุนเวียนเปลี่ยนงาน (Job Rotation) การเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Learning) การเรียนรู้ในระหว่างการปฏิบัติงาน (On the Job Training)

การตัดสินใจ (Decision Making) ประกอบด้วย ความสามารถในการนำประสบการณ์มาใช้ในการวิเคราะห์ ความสามารถในการคาดคะเนจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง และการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนางานบริการ โดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะความเอาใจใส่พิเศษ คือ การประชุมแก้ไขปัญหาหรือการระดมสมอง (Brain Storming) และการมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษ (Project Assignment)

ความจำ (Memory) ประกอบด้วย การจดจำรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลของผู้รับบริการ การสังเกตปฏิกิริยาการตอบสนองระหว่างการให้บริการของผู้รับบริการ และการสืบค้นข้อคิดเห็นเกี่ยวกับให้บริการกับผู้รับบริการรายเก่าจากช่องทางต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม โดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะความเอาใจใส่พิเศษ คือ การเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Learning)

ทัศนคติ (Attitude) ประกอบด้วย การมีจิตสำนึกที่ต่อองค์กรและผู้รับบริการ การมีคุณธรรมจริยธรรมในการประกอบอาชีพ การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและการอุทิศตนเพื่อสังคม และการมีเป้าหมายในการประกอบอาชีพ โดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะความเอาใจใส่พิเศษ คือ การมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษ (Project Assignment) และการประชุมแก้ไขปัญหาหรือการระดมสมอง (Brain Storming)

การรับรู้ (Recognition) ประกอบด้วย มีคุณสมบัติเป็นผู้ฟังที่ดีเกี่ยวข้องกับปัญหาจากการบริการภายในโรงแรมและเรื่องราวทั่วไปจากผู้รับบริการ และมีทักษะการตั้งคำถามเกี่ยวกับการบริการที่มาจากข้อสงสัย และการมีเป้าหมายในการประกอบอาชีพ โดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะความเอาใจใส่พิเศษ คือ การเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Learning) และการสร้างเครือข่ายของผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน (Subject Matter Expert)

การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) ประกอบด้วย การเข้าอยู่สภาวะอารมณ์เดียวกับผู้รับบริการ การโต้ตอบโดยใช้กฎระเบียบของโรงแรมในการอธิบาย การปรับเปลี่ยนตัวแทน การบริการ การติดตามและการรายงานผลของข้อแก้ไขแก่ผู้รับบริการ โดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะความเอาใจใส่พิเศษ คือ การแสดงบทบาทสมมติ (Role Play) และการมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษ (Project Assignment)

ความเสมอภาค (Equality) ประกอบด้วย การส่งมอบผู้รับบริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกตามจำนวนผู้เข้าพัก และการออกแบบกระบวนการบริการตั้งแต่เริ่มต้น-สิ้นสุดให้เกิดความเหมาะสม โดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะความเอาใจใส่พิเศษ คือ การมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษ (Project Assignment) และการประชุมแก้ไขปัญหาหรือการระดมสมอง (Brain Storming)

การยกย่องให้เกียรติ (Commendation) ประกอบด้วย การแสดงออกถึงความเคารพผู้รับบริการ การสำรวมกริยาท่าทางไม่สัมผัสร่างกาย หยอกล้อ และไม่เคลื่อนไหวย้ายสิ่งของก่อนได้รับอนุญาต การปกป้องความเป็นส่วนตัวของผู้รับบริการไม่ให้ถูกรบกวน โดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะความเอาใจใส่พิเศษ คือ การมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษ (Project Assignment) และการแสดงบทบาทสมมติ (Role Play)

การสร้างความสุข (Happiness) ประกอบด้วย การสร้างความประทับใจตั้งแต่วินาทีแรกที่พบเจอผู้รับบริการ การใช้สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมในการสร้างความสุขของผู้รับบริการ การเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นเพื่อความสุขของผู้รับบริการ และการมอบบริการพิเศษแก่ผู้รับบริการตามวาระโอกาสและวันสำคัญของผู้รับบริการ โดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะความเอาใจใส่พิเศษ คือ การประชุมแก้ไขปัญหาหรือการระดมสมอง (Brain Storming) และการแสดงบทบาทสมมติ (Role Play)

ตามที่ได้กล่าวมา การประยุกต์ใช้องค์ประกอบความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทยสู่การกำหนดคู่มือ เพื่อพัฒนาศักยภาพทางการให้บริการจำเป็นต้องอาศัยรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับองค์ประกอบในแต่ละด้าน โดยมีวิธีการนำเสนอให้เกิดความน่าสนใจ ก่อให้เกิดกระบวนการปฏิบัติที่ช่วยส่งเสริมทักษะที่ชัดเจน ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 71

ตารางที่ 71 แสดงรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้และวิธีการดำเนินงาน

	รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้	การดำเนินงาน	ผลที่ได้รับ
1	การเรียนรู้ในระหว่างการทำงาน ปฏิบัติงาน (On the Job Training)	การสาธิตขั้นตอนการทำงาน พร้อมกับการฝึกปฏิบัติระหว่าง ปฏิบัติหน้าที่จากผู้ควบคุมการ ปฏิบัติงาน	พนักงานบริการได้เรียน กระบวนการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ พร้อมกับแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นจากผู้ควบคุมการ ปฏิบัติงาน
2	การประชุมแก้ไขปัญหา หรือการระดมสมอง (Brain Storming)	การรวบรวมข้อคิดเห็นผ่านการ สนทนากลุ่ม เพื่อคัดเลือกวิธีการ แก้ไขปัญหาจากประเด็นที่ถูก กำหนดภายใต้ระยะเวลา	พนักงานบริการสามารถ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและ ประสบการณ์ระหว่างเพื่อน ร่วมงาน เพื่อค้นพบแนว ทางการแก้ไขปัญหาในมุมมอง ที่แตกต่างจากโรงแรมของ ตนเอง
3	การหมุนเวียนเปลี่ยนงาน (Job Rotation)	การขยายโอกาสในการเรียนรู้ใน ตำแหน่งงานที่ไม่คุ้นเคย	พนักงานบริการสามารถเรียนรู้ ภาระหน้าที่ของฝ่ายหรือแผนก ที่เกี่ยวข้อง และเพิ่มความ ชำนาญในด้านทักษะวิชาชีพ โรงแรมต่อไป
4	การมอบหมายงาน ภาระหน้าที่ หรือ โครงการพิเศษ (Project Assignment)	กำหนดภาระงานรายบุคคลหรือ กลุ่ม ในการดำเนินการออกแบบ การปฏิบัติงานที่เป็นลำดับ ขั้นตอน	พนักงานบริการสามารถสร้าง กระบวนการปฏิบัติงาน และ ฝึกฝนทักษะการตัดสินใจ โดย พิจารณาจากศักยภาพและ ข้อจำกัดของโรงแรม มีส่วน ช่วยพัฒนาทัศนคติการ ปฏิบัติงาน

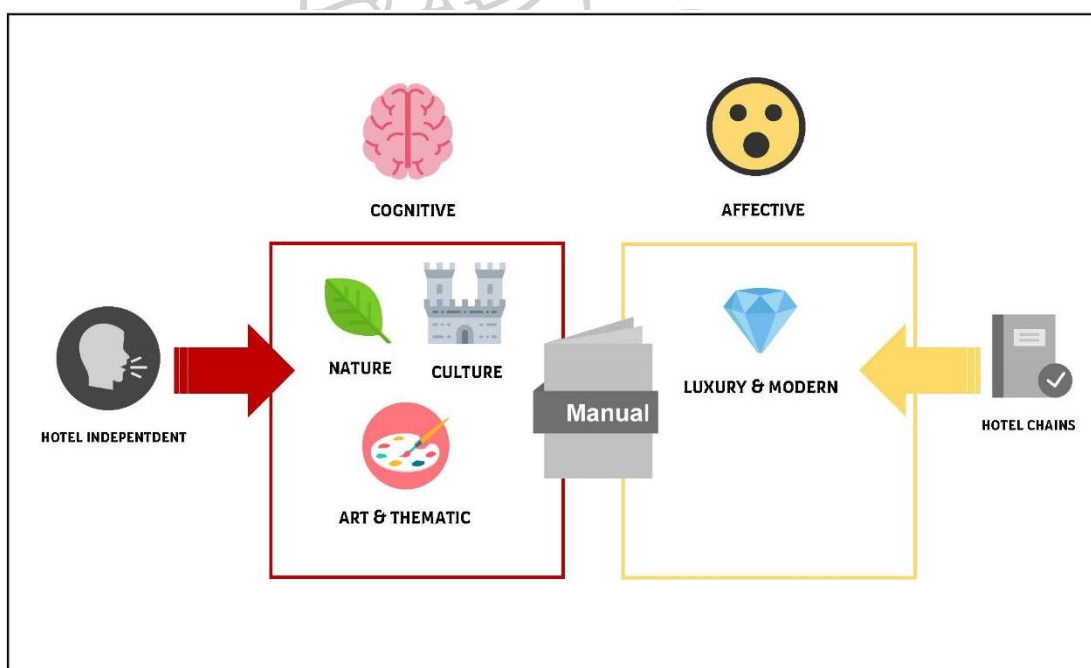
ตารางที่ 71 แสดงรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้และวิธีการดำเนินงาน (ต่อ)

	รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้	การดำเนินงาน	ผลที่ได้รับ
5	การเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Learning)	การได้รับสิทธิในการค้นหาความรู้ตามวัตถุประสงค์ของกิจกรรม	พนักงานบริการได้รับการฝึกฝนทักษะความชำนาญจากการเรียนรู้อย่างเป็นลำดับขั้นตอน ซึ่งจะต้องอาศัยทักษะการจดจำรายละเอียดต่างๆ
6	การสร้างเครือข่ายของผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน (Subject Matter Expert)	การเรียนรู้โดยอาศัยผู้บรรยายที่มีประสบการณ์ในสายอาชีพ หรือมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการเรียนรู้	พนักงานบริการได้รับการเพิ่มพูนความรู้ด้วยวิธีการถ่ายทอดเรื่องราวจากรับรู้จากบทบรรยาย
7	การแสดงบทบาทสมมติ (Role Play)	การถ่ายทอดความรู้โดยให้พนักงานแสดงบทบาทภายใต้สถานการณ์ที่ถูกกำหนดให้	พนักงานบริการเข้าใจผู้รับบริการ โดยการสวมบทบาทเป็นผู้รับบริการและฝึกฝนทักษะการโต้ตอบสื่อสารด้วยความสุภาพอ่อนโยน

จากตารางที่ 71 แสดงรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้และวิธีการดำเนินงาน ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในแต่ละองค์ประกอบภายในคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคประเทศไทย ซึ่งกิจกรรมแต่ละรูปแบบจะมีวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกับของทักษะและองค์ประกอบแต่ละประเภท ดังนี้ (1) ทักษะทางด้านปัญญา (Cognitive) ที่มุ่งเน้นให้พนักงานบริการเกิดการฝึกฝนกระบวนการทางความคิดอย่างเป็นระบบจากการเรียนรู้ในระหว่างการปฏิบัติหน้างาน การมอบหมายภาระหน้าที่พิเศษหรือโครงการพิเศษ และการสร้างเครือข่ายของผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้าน ได้แก่ ความต้องการความรู้ (Need Knowledge) การตัดสินใจ (Decision Making) ความจำ (Memory) ทักษะทัศนคติ (Attitude) และการรับรู้ (Recognition) (2) ทักษะทางด้านอารมณ์ (Affective) ที่สนับสนุนให้พนักงานบริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อกับผู้อื่นผ่านกระบวนการสื่อสารด้วยระดับอารมณ์ที่เหมาะสม จากการแสดงบทบาทสมมติ การสร้างเครือข่ายของผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน ได้แก่ การรับรู้ (Recognition) การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) ความเสมอภาค (Equality) การยกย่องให้เกียรติ (Commendation) การสร้างความสุข (Happiness) ทั้งนี้ รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้บางประเภทสามารถจะนำไปใช้เกิดความรู้สึกความเอาใจใส่พิเศษทั้ง 2 ทักษะพื้นฐาน จากประชุมได้กำหนดนิยามของความเอาใจใส่พิเศษ ภายใต้แนวคิด “MIND REACH หมายถึง การบรรลุด้วยหัวใจ” เพื่ออธิบายการบริการที่ต้องใช้กระบวนการทางความคิดและการบริหารอารมณ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับบริการในโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

3. ผลการวิจัยขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ด้วยการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-Experimental Research) เริ่มจากการแบ่งการวัดผลเป็นก่อนการทดลอง (Pretest) และวัดผลหลังการทดลอง (Posttest) กับกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลองที่มีจำนวนสมาชิกกลุ่มละ 11 คน

3.1 ผลการทดลองใช้คู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคประเทศไทย กับกลุ่มตัวอย่างและมีการวัดผลเปรียบเทียบกับกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุมพบว่า โรงแรมประเภทบูติคที่มีรูปแบบหรูหราและร่วมสมัย (Luxury and Modern) จะมีการแลกเปลี่ยนกิจกรรมตัวอย่างและเหตุการณ์ที่มาจากทักษะทางด้านอารมณ์ (Affective) ได้แก่ การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) ความเสมอภาค (Equality) การยกย่องให้เกียรติ (Commendation) และการสร้างความสุข (Happiness) มากกว่าโรงแรมประเภทบูติครูปแบบอื่นๆ ซึ่งในทางกลับกันโรงแรมประเภทบูติคที่มีรูปแบบดัดแปลงอาคารเก่าแก่หรือตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน (Culture) รูปแบบอยู่ร่วมกับธรรมชาติ (Nature) และรูปแบบศิลปะสถาปัตยกรรมการออกแบบ (Art and Thematic) จะมีกระบวนการส่งเสริมพัฒนาทักษะทางด้านปัญญา (Cognitive) ด้านความเอาใจใส่ด้านทัศนคติ (Attitude) มากกว่ารูปแบบหรูหราและร่วมสมัย (Luxury and Modern) สามารถอธิบายได้จากแผนภาพที่ 39



ภาพที่ 39 แสดงผลการทดลองใช้คู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคประเทศไทย

จากภาพที่ 39 แสดงให้เห็นว่าโรงแรมประเภทบูติครูปแบบหรูหราและร่วมสมัย (Luxury and Modern) มีนโยบายองค์กรที่ได้รับมาตรฐานการบริหารจัดการแบบเครือข่าย (Hotel Chains) กำหนดกฎระเบียบที่พนักงานจะต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด จึงเป็นแนวทางสนับสนุนในการควบคุมทักษะทางด้านอารมณ์ของพนักงานบริการให้มีความเป็นมืออาชีพ โดยเฉพาะด้านการโต้ตอบทางอารมณ์ที่พนักงานจะต้องมีกระบวนการติดตามความคืบหน้าในการแก้ไขปัญหา ในขณะที่โรงแรมประเภทบูติคในรูปแบบอื่นจะดำเนินกิจกรรมที่มาจากรูปแบบการบริหารจัดการในลักษณะของโรงแรมอิสระ (Hotel Independents) ซึ่งทักษะทางด้านอารมณ์นั้นจะเป็นไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน อาจพบข้อร้องเรียนหรือข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับการบริการ ในขณะที่ความไม่เป็นทางการในการบริการจัดการยังพบว่า ทักษะทางด้านปัญญา (Cognitive) ของความเอาใจใส่พิเศษด้านทัศนคติ (Attitude) จะได้รับการปลูกฝังจากผู้ประกอบการหรือผู้ควบคุมการปฏิบัติงานโดยตรงมีส่วนช่วยให้พนักงานบริการสามารถยึดถือเป็นต้นแบบที่ดีในการปฏิบัติต่อผู้รับบริการ

3.2 การประเมินผลประสิทธิภาพการทดลองการใช้คู่มือด้วยการใช้ทฤษฎีแบบสามเส้า (Triangulation) ด้านผู้วิจัยหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องแต่ละคน (Investigation Triangulation) พบว่า การทดลองใช้คู่มือจำเป็นต้องคัดเลือกสมาชิกที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกัน เช่น ฝ่ายหรือแผนกประสบการณ์การปฏิบัติงาน ลำดับช่วงอายุ เป็นต้น พร้อมกับการจัดลำดับระยะเวลาในแต่่องค์ประกอบให้มีความเหมาะสมกับลักษณะของกิจกรรมการเรียนรู้ โดยเฉพาะกิจกรรมที่ต้องออกนอกสถานที่ควรกำหนดเอาไว้ในช่วงสุดท้ายของแต่ละวัน ซึ่งบางกิจกรรมการเรียนรู้อาจจะต้องดำเนินการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับกลุ่มผู้เข้าร่วมการทดลอง หลีกเลี่ยงสื่อการเรียนการสอนที่ต้องอาศัยการตีความหรือคำสั่งการที่ระบุรายละเอียดแก่กลุ่มผู้เข้าร่วมการทดลองที่ไม่ชัดเจน ควรมุ่งเน้นคู่มือมีกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผู้เข้าร่วมการทดลองเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างบุคคลเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เปิดโอกาสแก่การเรียนรู้ของผู้เข้าร่วมการทดลอง เช่น การจัดห้องประชุม การเตรียมเครื่องมืออุปกรณ์ให้เพียงพอ เป็นต้น

3.3 ผลการทดลองใช้คู่มือ พบว่า การประเมินผลการทดลองใช้คู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ผู้เข้าร่วมการทดลองมีคะแนนจากการทำแบบทดสอบความรู้สูงกว่าก่อนการเข้าร่วมการทดลอง มีนัยสำคัญสถิติอยู่ที่ 0.01 ($Z\text{-Test} = 5.41, p\text{-value} = 0.001$) หมายถึง คู่มือที่มาจากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยมีส่วนช่วยในการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานของพนักงานบริการที่เข้าร่วมการทดลองได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยไม่จำกัดเงื่อนไขของประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน มีส่วนช่วยในการส่งเสริมพัฒนากระบวนการทางความคิดวิเคราะห์และการตัดสินใจ ร่วมกับการสื่อสารด้วยระดับอารมณ์ของผู้รับบริการให้เกิดความเหมาะสมมากขึ้น สำหรับผลการประเมินผู้เข้าร่วมการทดลองก่อนคู่มือ มีค่าคะแนนที่สูงกว่ากลุ่มควบคุมที่ไม่ได้เข้าร่วมอบรมจากคู่มือ มีนัยสำคัญสถิติอยู่ที่ 0.01 ($Z\text{-Test} = 2.81, p\text{-value} = 0.005$) หมายถึง คู่มือที่มาจากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีความเหมาะสมหากผู้ควบคุมการปฏิบัติงานหรือทางฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ของทางโรงแรมสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในกระบวนการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากร สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมการถ่ายทอดความรู้ให้สอดคล้องกับบริบทของสถานประกอบการแต่ละแห่ง อีกทั้งยังสามารถติดตามผลการปฏิบัติงานได้อย่างต่อเนื่อง ในขณะที่เดียวการตรวจสอบความแตกต่างระหว่างการ

เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานที่มุ่งความเอาใจใส่ของพนักงานบริการจำแนกตามรูปแบบของโรงแรมประเภทบูติครายแห่ง 4 รูปแบบ พบว่า กลุ่มทดลองของโรงแรมแต่ละแห่งมีผลคะแนนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญสถิติน้อยกว่า 0.01 หมายถึง ทักษะความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคจำเป็นต้องมีการทบทวนความรู้ความเข้าใจอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งองค์ประกอบย่อยในแต่ละด้านจะต้องพัฒนาเนื้อหาของชุดความรู้ให้มีความร่วมสมัยและเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน

อภิปรายผลการวิจัย

การพัฒนาคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์สำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ (1) เพื่อศึกษาแนวโน้มองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย (2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของความเอาใจใส่ในการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย และ (3) เพื่อศึกษาการพัฒนาคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรม

1. แนวโน้มบทบาทองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทยสามารถอธิบายได้ว่า ความเอาใจใส่พื้นฐานทั่วไปประกอบด้วยทักษะทางด้านปัญญา (Cognitive) และทักษะทางด้านอารมณ์ (Affective) เมื่อเข้าสู่กระบวนการศึกษาด้วยวิธีวิทยาการประยุกต์ทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) พบว่า ความเอาใจใส่พิเศษถูกเพิ่มเติมจากความเอาใจใส่พื้นฐานทั้ง 2 ด้าน เพื่อสามารถอธิบายลักษณะทางพฤติกรรมให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น สำหรับทักษะด้านปัญญาประกอบด้วย ความต้องการความรู้ (Need Knowledge) การตัดสินใจ (Decision Making) ความจำ (Memory) และ ทักษะคติ (Attitude) เป็นความสามารถของพนักงานบริการที่เชื่อมโยงชุดข้อมูลจากแหล่งต่างๆ มาจัดลำดับ ร่วมกับการใช้ประสบการณ์ การดำเนินชีวิตมาช่วยในการประเมินความคิด เพื่อสร้างการเรียนรู้ด้วยวิธีการตีความอย่างเป็นเหตุเป็นผล สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ซาเวียร์ และคณะ (Xavier et al., 2016) ที่อธิบายว่า ความเอาใจใส่ที่ยั่งยืนทางธุรกิจจะต้องรับรู้ข้อมูลที่หลากหลาย โดยเฉพาะมิติทางด้านวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น มีส่วนช่วยให้กิจการสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างราบรื่น หากธุรกิจมีความเข้าใจในพื้นที่อย่างแท้จริง จะสามารถนำเอาทรัพยากรการท่องเที่ยว แรงงาน และองค์ความรู้จากภูมิปัญญาไปประยุกต์ใช้ได้ในการ เช่นเดียวกับพนักงานโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทยที่จะต้องมีการเตรียมความพร้อมในการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของกิจการ แหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจบริการอื่นๆ เพื่อใช้สำหรับการแนะนำแก่ผู้รับบริการที่ต้องการสอบถาม ซึ่งยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เดวี และเฮรี่ (Devi and Herry, 2014) ที่อธิบายว่า โรงแรมประเภทบูติคสามารถสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่งได้ จากวิธีการค้นหาศิลปะวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้ามาส่วนหนึ่งในการออกแบบการบริการ ในด้านลักษณะทางกายภาพของโรงแรม เช่น โครงสร้างอาคาร เครื่องแบบพนักงานบริการ รวมถึงด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลสำหรับการเดินทางในท้องถิ่น ซึ่งผลลัพธ์ของการเรียนรู้ข้อมูลเกี่ยวกับท้องถิ่นมีผลต่อการสร้างจิตสำนึกของพนักงานบริการที่ได้ตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรในพื้นที่

สำหรับทักษะด้านอารมณ์ (Affective) ประกอบด้วย การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) ความเสมอภาค (Equality) การยกย่องให้เกียรติ (Commendation) และการสร้างความสุข (Happiness) เป็นการปรับเปลี่ยนระดับอารมณ์ของพนักงานบริการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของผู้รับบริการที่เผชิญหน้า พร้อมทั้งการสร้างรูปแบบการสื่อสารที่มีความเหมาะสมกับผู้รับบริการแต่ละราย สอดคล้องกับผลของงานวิจัยของ ตาวหวัง (Tao Wang, 2013) ที่แสดงให้เห็นถึงการกำหนดวิธีการสื่อสารและประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงแรมประเภทบูติค จะต้องคำนึงถึงความแตกต่างของผู้รับบริการที่มีความต้องการพื้นฐานซับซ้อน เช่น อายุ เพศ เชื้อชาติ ศาสนา เป็นต้น การสร้างข้อความในการสื่อสารจึงต้องปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับผู้รับบริการแต่ละครั้ง อีกทั้งยังเป็นการสะท้อนประสิทธิภาพของการสร้างความเอาใจใส่ของโรงแรมประเภทบูติคที่มีผู้รับบริการเข้าพักเพียงไม่กี่ราย ในขณะที่การบริหารจัดการด้านอารมณ์ของผู้รับบริการ พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคจะต้องหลีกเลี่ยงการสร้างข้อร้องเรียนและการปะทะอารมณ์กับผู้รับบริการ ซึ่งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอมิล (Emel, 2014) ได้นำเสนอแนวทางการปรับปรุงแก้ไขคุณภาพบริการด้วยการสื่อสารกับผู้รับบริการ โดยการปรับเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารไปยังภาษาที่ผู้รับบริการสามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น หลีกเลี่ยงการใช้กิริยาท่าทางในการไม่ได้แย้ง พร้อมกับการอธิบายหรือแสดงเงื่อนไขการบริการที่เป็นข้อจำกัดแก่ผู้รับบริการได้ทราบอย่างชัดเจน ซึ่งในปัจจุบันการกำหนดกลยุทธ์ทางการสื่อสารที่ส่งผลต่ออารมณ์ของผู้รับบริการ สามารถเลือกการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารล่วงหน้าผ่านช่องทางออนไลน์ได้อีกด้วย

ทั้งนี้ ข้อเสนอเชิงทฤษฎีจากการประยุกต์ทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) พบว่า องค์ประกอบด้านการรับรู้ (Recognition) เป็นทักษะความเอาใจใส่พิเศษที่เชื่อมโยงระหว่างทักษะความเอาใจใส่พื้นฐานทั้งด้านปัญญา (Cognitive) ร่วมกับด้านอารมณ์ (Affective) ซึ่งพนักงานบริการจะต้องทำหน้าที่ในการรับฟังปัญหาหรือเรื่องราวต่างๆ จากการบอกเล่าของผู้รับบริการ จากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้รับเข้าสู่การวิเคราะห์และตัดสินใจโดยอาศัยความรู้เดิม พร้อมกับการใช้ข้อมูลจากความทรงจำ และการตัดสินใจของพนักงานบริการมีส่วนเกี่ยวข้องกับทัศนคติความเชื่อส่วนบุคคลที่แสดงออกถึงความพร้อมในการปฏิบัติหน้าที่ หลังจากนั้นพนักงานบริการจะสร้างกระบวนการโต้ตอบทางอารมณ์ที่มีผลลัพธ์โดยตรงกับการรับรู้ของผู้รับบริการ สามารถสัมผัสได้ถึงเสมอภาคกับผู้รับบริการรายอื่น การยกย่องให้เกียรติจากพนักงานบริการ และการได้รับความสุขจากพนักงานบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้จัดเตรียมไว้ล่วงหน้า อย่างไรก็ตาม ความเอาใจใส่พิเศษด้านการรับรู้ (Recognition) เป็นการสะสมแหล่งข้อมูลเพิ่มเติมจากการรับฟัง ซึ่งในขณะเดียวกันระหว่างการวิเคราะห์ข้อมูล หากพบข้อสงสัยพนักงานบริการสามารถตั้งคำถามกลับไปสอบถามกลับเพื่อให้ได้รับข้อมูลจากผู้รับบริการเพิ่มเติม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของคริสติน่า (Kristina, 2015) โรงแรมประเภทบูติคมีขั้นตอนการบริการที่แสดงออกถึงความใกล้ชิดผู้รับบริการในรูปแบบเฉพาะ การรับรู้ข้อคิดเห็นจากผู้รับบริการเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ทางโรงแรมต้องนำกลับมาทบทวนข้อบกพร่องที่อาจเกิดจากทรัพยากรต่างๆ ภายในโรงแรม โดยพบว่าปัญหาเกิดจากทักษะการต้อนรับของพนักงานบริการที่จะต้องเร่งปรับปรุงแก้ไขให้สอดคล้องกับกลุ่มตลาดเป้าหมาย พร้อมกับศึกษาพฤติกรรมความต้องการโดยละเอียดจากการสอบถามความคิดเห็นทางตรงและออนไลน์ นอกจากนี้ผลการศึกษาของผู้วิจัยยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอเดียนและคณะ (Aydin et al., 2013) ที่ค้นพบการเพิ่มขีด

ความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจจากวิธีการรับรู้ข้อคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพของสินค้าและบริการสามารถนำกลับไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น พร้อมกับพิจารณาข้อเสนอแนะที่มีต่อคุณลักษณะของสินค้าและบริการผ่านทางอีเมลเป็นสิ่งที่ธุรกิจควรให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวุฒิชัย ผาสุก (2558) อธิบายว่าความคิดเห็นของผู้รับบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สมาชิกทุกคนในองค์กรจะต้องรับฟังและทำความเข้าใจให้แน่ชัด เป็นวิธีการรักษากลุ่มลูกค้ารายเก่าคนสำคัญไว้ ร่วมกับการใช้เทคนิคเพิ่มเติมด้วยการตั้งข้อความถามเพื่อให้ได้ค้นพบข้อมูลจริงที่สามารถล้มล้างแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้รับบริการจากตำราได้เป็นอย่างดีเหมาะสม

2. องค์ประกอบของความเอาใจใส่ในการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย จากวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirm Factor Analysis) ร่วมกับการจัดประชุมกลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อจัดทำคู่มือจากองค์ประกอบความเอาใจใส่พิเศษทั้ง 9 ด้าน ประกอบด้วย ความต้องการความรู้ (Need Knowledge) การตัดสินใจ (Decision Making) ความจำ (Memory) ทักษะคติ (Attitude) การรับรู้ (Recognition) การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) ความเสมอภาค (Equality) การยกย่องให้เกียรติ (Commendation) และการสร้างความสุข (Happiness) ภายใต้แนวคิด “MIND REACH การบรรลุด้วยหัวใจ” โดยใช้รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่แตกต่างกันตามลักษณะขององค์ประกอบที่มีทักษะการปฏิบัติงานในแต่ละด้าน

สำหรับองค์ประกอบด้านความต้องการความรู้ (Need Knowledge) เป็นข้อมูลพื้นฐานที่ต้องสามารถใช้ในการปฏิบัติงานในแต่ละวัน เริ่มต้นจากความรู้ความเข้าใจในสายอาชีพงานโรงแรมตามฝ่ายหรือแผนก รวมถึงการเรียนรู้ทักษะการปฏิบัติงานในแผนกสนับสนุนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทยใช้อัตรากำลังคนที่มีจำนวนไม่มาก พนักงานบริการจึงต้องสามารถปฏิบัติหน้าที่หลากหลายฝ่ายหรือแผนก สอดคล้องกับงานวิจัยของระชานนท์ ทวีผล และคณะ (2560) ที่ได้เสนอแนะว่า พนักงานบริการในโรงแรมประเภทบูติคขนาดเล็กและขนาดกลาง ควรได้รับการส่งเสริมพัฒนาให้สามารถการปฏิบัติงานข้ามสายงานได้ เนื่องจากในสถานประกอบการบางแห่งใช้พนักงานบริการเพียง 1-2 อัตราต่อการปฏิบัติงานในแต่ละรอบ บางช่วงเวลาพนักงานบริการจะต้องสามารถรองรับความต้องการของผู้รับบริการได้ทุกช่วงเวลา กิจกรรมการฝึกฝนโดยใช้ประสบการณ์ในระหว่างการปฏิบัติงานจึงเป็นสิ่งที่โรงแรมประเภทบูติคควรมุ่งเน้นการฝึกอบรมให้ยิ่งขึ้น และยังมีโอกาสช่วยลดต้นทุนในการจ้างแรงงานใหม่ที่ต้องอาศัยระยะเวลาการเรียนรู้ในช่วงทดลองที่อาจยาวนาน และยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของแมนเซอร์และมาฮิน (Mansour and Mahin, 2014) ได้นำเสนอให้ข้อดีของการสร้างความรู้ใหม่แก่พนักงานบริการโรงแรม เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดด้วยวิธีการพัฒนาทรัพยากรภายในองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด การสร้างความรู้เป็นต้นทุนทางปัญญาที่ช่วยพนักงานบริการมีความสามารถทางวิชาชีพที่สูงขึ้น ในขณะที่การนำเสนอกระบวนการสร้างความรู้ใหม่ของพนักงานบริการ ควรมีวิธีการจัดเก็บในแหล่งข้อมูลต่างๆ ร่วมกับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ปรากฏอยู่ในแต่ละช่องทางแก่พนักงานภายในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของประศาสน์ นิยม (2555) อธิบายการสร้างความรู้ขององค์กรประเภทธุรกิจบริการที่ผู้ประกอบการต้องให้ไปให้ความสำคัญกับการจัดการความรู้ เพื่อนำมาใช้พัฒนาทักษะการปฏิบัติงาน

ที่มีความซับซ้อนแก่พนักงานรุ่นใหม่ที่เข้ามา ซึ่งผู้ควบคุมการปฏิบัติงานต้องมีหน้าที่กระตุ้นให้พนักงานบริการมีความต้องการที่จะพัฒนาตนเอง รวมถึงการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาเผยแพร่ความรู้ดังกล่าว ในปัจจุบันการใช้เทคโนโลยีเป็นสิ่งที่คนรุ่นใหม่คุ้นเคยสามารถเรียนรู้ได้ง่ายและรวดเร็วกว่ากิจกรรมการฝึกอบรมแบบเดิม

ขณะที่องค์ประกอบด้านการตัดสินใจ (Decision Making) เป็นการนำเอาข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งต่างๆ ร่วมกับการใช้ประสบการณ์จากการปฏิบัติงานแต่ละวันเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบการบริการในแต่ละแผนกให้เหมาะสมกับผู้รับบริการ รวมถึงการสร้างสรรค์รูปแบบการบริการที่มีความแปลกใหม่ ซึ่งจะเห็นได้ว่าพนักงานบริการที่ปฏิบัติงานมายาวนานจะสามารถตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของเรนเดอร์และคณะ (Render et al., 2012) อธิบายเกี่ยวกับพนักงานหรือผู้ที่อยู่ในองค์กรธุรกิจประเภทบริการจะมีแนวทางการตัดสินใจ 2 ลักษณะ ได้แก่ การตัดสินใจจากสิ่งที่มีความแน่นอน (Decision Making under Certainty) โดยเลือกจากผลตอบแทนที่มีความเสี่ยงน้อยที่สุด ซึ่งพนักงานบริการจะต้องมีข้อมูลของสินค้าและบริการ รวมถึงข้อมูลของผู้รับบริการอยู่แล้ว จึงช่วยให้เกิดการตัดสินใจสามารถทำได้ง่ายขึ้น หรืออาจเป็นข้อมูลที่พนักงานบริการจะมีความคุ้นเคยเป็นอย่างดี และการตัดสินใจจากสิ่งที่ไม่มีความแน่นอน (Decision Making under Uncertainty) เนื่องจากข้อมูลมีความผันแปรและยังมีปริมาณที่ไม่เพียงพอต่อการนำไปใช้ จึงเป็นความเสี่ยงสูงหากพนักงานบริการจะต้องลงมือปฏิบัติ นอกจากนี้ การคาดคะเนบางครั้งอาจใช้ปัจจัยภายนอกองค์การมาเป็นส่วนประกอบการตัดสินใจ ซึ่งพนักงานบริการสามารถประมาณความเป็นไปได้ในการปฏิบัติหน้าที่ให้สูงไว้ก่อนหรือต่ำที่สุดกว่าเกณฑ์ ซึ่งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของกรเจเนนีย์ (Gretchen, 2013) อธิบายว่า การตัดสินใจของพนักงานต้องพิจารณาความเป็นไปได้หรือสิ่งที่เกิดขึ้นอาจเกิดผลกระทบต่อองค์กร โดยเฉพาะการตัดสินใจเบื้องต้นของพนักงานใหม่จะถูกตรวจสอบย้อนหลังจากผู้บังคับบัญชาอย่างใกล้ชิด จากความสัมพันธ์ของข้อมูลแต่ละประเภทที่พนักงานจะต้องประเมินจากปัจจัยภายใน เป็นสิ่งที่ต้องระวังสำหรับการตัดสินใจโดยใช้อคติในการปฏิบัติงานเข้ามามีส่วนร่วม สำหรับแนวทางการตัดสินใจโดยอาศัยการระดมความคิดร่วมกับผู้อื่น จะช่วยให้กระบวนการตัดสินใจมีทางเลือกที่ดีมากยิ่งขึ้น

ในส่วนขององค์ประกอบด้านการจำ (Memory) ที่ต้องใช้ประสาทสัมผัสทางร่างกาย เพื่อการบันทึกข้อมูลไปใช้ประโยชน์ โดยเฉพาะการสังเกตจากเอกสารสำคัญและพฤติกรรมของผู้รับบริการ รวมถึงการสืบค้นข้อมูลจากช่องทางต่างๆ ที่พนักงานบริการสามารถเข้าถึงได้ง่าย สำหรับพนักงานบริการที่สามารถจดจำข้อมูลของผู้รับบริการรายเก่าได้อย่างแม่นยำ จะสามารถวิเคราะห์ความต้องการและจัดสรรการบริการได้อย่างถูกต้อง สอดคล้องกับผลการวิจัยของยูเยน (Uyen, 2013) นำเสนอเทคนิคการเรียนรู้ของพนักงานบริการในโรงแรมที่มีความเกี่ยวข้องกับข้อมูล ที่จะต้องจดจำข้อมูลที่มีความหลากหลายในแต่ละหมวดหมู่ ทั้งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับภาระงานภายในแผนก รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้รับบริการคนสำคัญ ซึ่งทางฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ของโรงแรมได้ตระหนักถึงทักษะการรับรู้ของพนักงานบริการแต่ละคนมีความแตกต่างกัน กระบวนการฝึกอบรมให้มีประสิทธิภาพและให้พนักงานสามารถจดจำรายละเอียดต่างๆ ได้อย่างครบถ้วน จึงต้องอาศัยการจดบันทึกข้อมูลในแต่ละครั้ง ทางโรงแรมได้กำหนดนโยบายให้พนักงานนำสมุดบันทึกเข้าร่วมการฝึกอบรมทุกครั้งและส่งเสริมพนักงานจดบันทึกภาระงานในแต่ละวันเป็นกิจวัตรประจำวัน

อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของอัญชญา จุลศิริ และเสรี ชัดเข้ม (2557) ที่พบว่า ความจำของมนุษย์สามารถพัฒนาได้ในทุกช่วงอายุ หากไม่ได้รับการฝึกฝนอย่างต่อเนื่องความจำจะเสื่อมถอยไปตามเมื่ออายุเพิ่มขึ้น ปริมาณของข้อมูลที่มนุษย์สามารถรับรู้ได้อย่างเหมาะสมจากการจัดลำดับก่อน-หลัง เพื่อคัดเลือกเฉพาะข้อมูลที่สำคัญที่จำเป็นเข้าสู่สมอง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยความจำสามารถบันทึกเพิ่มเติมเข้าไปแทนที่ข้อมูลเก่า

การเสริมสร้างทักษะการปฏิบัติงานด้วยองค์ประกอบด้านทัศนคติ (Attitude) เกิดขึ้นจากประสบการณ์ในการดำเนินชีวิตของพนักงานบริการแต่ละบุคคล โดยการกำหนดเป้าหมายการเติบโตในสายอาชีพต่อไปในอนาคต รวมถึงการให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาผลประโยชน์ขององค์กรและผู้รับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของชันมิน และคณะ (Chun-min et al., 2013) พบว่า ทัศนคติที่สำคัญของพนักงานบริการในโรงแรมจะต้องคำนึงถึงสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวัง ซึ่งทางฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ของแต่ละแห่งจะต้องปรับเปลี่ยนหลักสูตรการฝึกอบรมที่มีส่วนช่วยในการพัฒนาทักษะด้านทัศนคติในการปฏิบัติงาน อีกทั้งผลวิจัยยังนำเสนอเกี่ยวกับทัศนคติที่ครอบคลุมไปถึงการกำหนดมารยาทของพนักงานให้มีกิริยาท่าทางที่สุภาพในระหว่างให้บริการได้ ในขณะที่การพัฒนาทัศนคติของพนักงานบริการจำเป็นต้องสอบถามความคิดเห็นที่มีต่องาน เพื่อเป็นแนวทางการสร้างแรงจูงใจแก่บุคลากรภายในองค์กร รวมถึงการฝึกอบรมทัศนคติที่ประสบความสำเร็จจะอยู่กลุ่มของธุรกิจที่พักแรมประเภทรีสอร์ทหรือที่พักตากอากาศในแหล่งท่องเที่ยวที่มีจำนวนบุคลากรไม่มาก อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของธรรมา ดุริยางกุล และระพีพร ศรีจำปา (2558) ที่นำเสนอว่าพนักงานบริการที่มีจริยธรรมในการประกอบอาชีพ เกิดจากความเชื่อมั่นที่มีต่อองค์กรที่มีรากฐานของวัฒนธรรมที่มั่นคงและสืบสานมายาวนาน สามารถปลูกฝังจิตสำนึกที่ดีต่อพนักงานบริการเกิดทัศนคติที่ดีต่อผู้รับบริการ พร้อมด้วยการดูแลเอาใจใส่ความปลอดภัยของผู้รับบริการ ซึ่งในขณะเดียวกันทัศนคติของพนักงานบริการจะสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันในกลุ่มสมาชิก นอกจากนี้ทัศนคติของพนักงานบริการในโรงแรมตามผลการวิจัยของเซียว (Xiao, 2010) ที่ค้นพบความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน หากพนักงานโรงแรมที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการปฏิบัติหน้าที่ พนักงานบริการจะสัมผัสได้ถึงปริมาณความสุขที่ได้รับในแต่ละวันหลังจากการทำหน้าที่สิ้นสุดลง ซึ่งทัศนคติที่ดีของพนักงานบริการที่ยังช่วยทำให้เกิดความกระตือรือร้นต่อการปฏิบัติอย่างต่ำเนื่อง ช่วยลดปัญหาการตัดสินใจลาออกจากงานได้

ทักษะความเอาใจใส่พิเศษเป็นสิ่งที่พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคควรมีแนวทางปฏิบัติทั้ง 2 ลักษณะควบคู่กันไป โดยอาศัยองค์ประกอบด้านการรับรู้ (Recognition) จากการรับฟังคำร้องขอของผู้รับบริการในรูปแบบต่างๆ พร้อมกับการสังเกตพฤติกรรมของผู้รับบริการ จากนั้นพนักงานบริการจะนำสิ่งที่ได้รับรู้เข้าสู่กระบวนการคิดวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจอย่างถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของแฮนด์และคณะ (Han et al., 2016) ที่นำเสนอเกี่ยวกับความคิดเห็นจากผู้รับบริการของโรงแรมในยุคปัจจุบัน จำเป็นต้องเรียนรู้เกี่ยวกับข้อคิดเห็นที่แนะนำการบริการที่อาจเป็นข้อบกพร่องที่จะต้องเร่งดำเนินการปรับปรุงโดยเร็วที่สุด รวมถึงคำชื่นชมที่มีต่อการให้บริการที่ทางโรงแรมจะต้องรักษามาตรฐานเอาไว้ ซึ่งในปัจจุบันการรับรู้ด้วยการรับฟังการบอกเล่าหรือการสนทนาทั่วไปมีแนวโน้มที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผู้รับบริการในยุคใหม่ได้หันไปให้ความสำคัญกับการเขียนแนะนำการบริการห้องพักผ่านช่องทางออนไลน์ และการใช้รูปแบบของฟังก์ชันการ

ทำงานของโปรแกรมสำเร็จรูปจากเว็บไซต์ในการจัดลำดับคะแนนความนิยม โรงแรมประเภทบูติก จำเป็นจะต้องปรับตัวให้เกิดความพร้อมสำหรับการค้นหาข้อมูล และการสอบถามความคิดเห็นอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของเอมมันด์ส (Edmundus et al., 2016) ได้นำเสนอมุมมองของการรับรู้ของพนักงานบริการมีความเกี่ยวข้องของการศึกษาความต้องการในลักษณะของการสอบถามข้อมูลของผู้รับบริการ โดยผลการวิจัยได้อธิบายว่า ความภักดีของผู้รับบริการมาจากความปลอดภัยในโรงแรม ซึ่งเป็นความท้าทายของพนักงานบริการในการปฏิบัติหน้าที่โดยอาศัยเทคนิคการซักถามในรูปแบบที่แตกต่างกันไป เพื่อการรับรู้เกี่ยวกับกระบวนการให้บริการที่มีความบกพร่อง อีกทั้งเทคนิคการรับรู้ยังสามารถใช้วิธีการรับฟังที่มีประสิทธิภาพตามแนวทางของ ซายุดา จันตะปิตตา (2556) ที่นำเสนอแนวทางการรับฟังภายในระยะเวลาที่จำกัด โดยผู้รับฟังจะต้องจับใจความสำคัญเกี่ยวประเด็นและหัวเรื่อง พร้อมกับการวิเคราะห์ใจสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ในกรณีที่มีผู้รับฟังที่มีประสบการณ์ในเรื่องราวต่างๆ รวมถึงมีแหล่งข้อมูลอ้างอิงที่เพียงพอ จะสามารถให้คำแนะนำเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์พร้อมกับการอธิบายวิธีการที่ใช้สำหรับการแก้ไขปัญหาแก่ผู้รับฟังได้

การเผชิญหน้ากับผู้รับบริการที่สร้างข้อร้องเรียนในลักษณะต่างๆ โดยองค์ประกอบด้านการโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) ที่พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกจะต้องแสดงออกถึงความเข้าใจในสถานการณ์ที่ผู้รับบริการกำลังพบเจอในช่วงเวลาต่างๆ พร้อมกับการหลีกเลี่ยงการโต้ตอบด้วยกิริยาท่าทางที่อาจส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้รับบริการ ซึ่งพนักงานบริการสามารถสื่อกลางในการเจรจาต่อรองกับผู้รับบริการได้ ซึ่งสามารถอธิบายต้นกำเนิดของความขัดแย้งทางอารมณ์ได้จากผลการวิจัยของ ทอร์เรย์ (Terje, 2011) พบว่า การปะทะอารมณ์ระหว่างผู้รับบริการและพนักงานบริการ ส่วนหนึ่งมาจากอารมณ์พื้นฐานเชิงบวกและเชิงลบของผู้รับบริการ ซึ่งอาจเกี่ยวข้องข้อกับทัศนคติและประสบการณ์ส่วนบุคคล และอีกส่วนหนึ่งมาจากอารมณ์ของพนักงานบริการที่เกิดจากความขัดแย้งกับนโยบายการบริการในแต่ละองค์กร ส่งผลต่อข้อผิดพลาดในการปฏิบัติหน้าที่ สิ่งที่ต้องคำนึงต้องให้ความสำคัญกับการตอบสนองพฤติกรรมของผู้รับบริการให้ตรงกับความคาดหวัง เป็นแนวทางที่จะนำไปสู่ความภักดีต่อผู้รับบริการต่อไป ซึ่งยังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการตอบสนองอารมณ์ของผู้รับบริการในโรงแรมของ เอมีและรูท (Amy and Ruth, 2002) ที่อธิบายว่า การศึกษาความล้มเหลวของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม และการกู้คืนการบริการด้วยเทคนิคต่างๆ ได้แก่ การกล่าวคำขอโทษ การเริ่มต้นการบริการใหม่อีกครั้ง การให้ค่าตอบแทนเป็นการชดเชย ซึ่งจะต้องพิจารณาความคาดหวังการให้บริการที่อยู่บนพื้นฐานของความยุติธรรมในการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อนำไปสู่การสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้รับบริการ สำหรับพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกที่ยังขาดประสบการณ์ในการหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้ากับผู้รับบริการที่ได้สร้างข้อโต้แย้ง สามารถปฏิบัติตามแนวคิดทฤษฎีการวางแผนการจัดการอารมณ์ของโรฮาร์และนาจันเรียล (Rohar and Najanrian, 1989) ที่ได้นำเสนอแนวทางการจัดการทางอารมณ์ที่มีประสิทธิภาพ ควรเริ่มต้นจากการทบทวนเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องในช่วงเวลานั้น พร้อมกับการปรับลดอารมณ์ไม่ให้เกิดทัศนคติเชิงลบกับผู้อื่น ซึ่งในขั้นตอนสุดท้ายเป็นความท้าทายที่สุด คือ การควบคุมความก้าวร้าวจากพฤติกรรมของตนเองร่วมกับการคิดวิเคราะห์การแก้ไขปัญหาที่กำลังเผชิญด้วยเหตุผลที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงโดยไม่สร้างผลกระทบต่อผู้อื่น

ความเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบด้านความเสมอภาค (Equality) ที่พนักงานบริการ ต้องคำนึงถึงการรับรู้ของผู้รับบริการ โดยการแสดงออกถึงความยุติธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ไม่ แบ่งแยกผลตอบแทนของผู้รับบริการที่จะได้รับ รวมถึงการพิจารณาตามความต้องการพื้นฐานของผู้รับบริการแต่ละราย ซึ่งจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อผู้รับบริการรายอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธนาชัย สุนทรอนันตชัย (2557) ที่นำเสนอว่าการตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์และสิทธิมนุษยชน การจัดสรรสวัสดิการจึงต้องอยู่บนพื้นฐานของความเป็นธรรม โดยอ้างอิงการสร้างความเป็นธรรมแก่ผู้อื่นโดยไม่นำความแตกต่างในการเข้าถึงสิทธิเสรีภาพ การจัดสรรทรัพยากรจะต้องได้รับการช่วยเหลือเช่นเดียวกัน ในขณะที่เดียวกันความเสมอภาคต้องคำนึงความแตกต่างของแต่ละบุคคลในกรณีที่บุคคลนี้มีความแตกต่างกัน ทรัพยากรที่ได้รับจึงต้องมีความแตกต่างกันตามไปด้วย เป็นแนวทางการจัดการความไม่เสมอภาคของสังคมให้ไม่เกิดขึ้น สำหรับกรณีของผู้รับบริการที่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ จะต้องมีการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกเอาไว้ให้บริการโดยเฉพาะ เนื่องจากผู้รับบริการจะไม่สามารถใช้สิ่งอำนวยความสะดวกเช่นเดียวกับผู้รับบริการตามช่วงอายุอื่นทั่วไป นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของกลิสสันและดูริค (Glisson and Durick, 1998) ที่นำเสนอองค์ประกอบของความเสมอภาคต้องคำนึงถึงผลตอบแทนที่ได้รับจากผู้อื่น ซึ่งเป็นการบ่งบอกให้รับรู้ถึงความเท่าเทียมจากการปฏิบัติหน้าที่ หากได้รับการส่งมอบผลตอบแทนในปริมาณที่เหมาะสม จะสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้นั้นเมื่อได้รับการคิดวิเคราะห์เปรียบเทียบกับบุคคลอื่นที่อยู่ในระดับเดียวกัน

ทั้งนี้ ปฏิบัติการที่พนักงานบริการจะสื่อสารทางอารมณ์ด้วยองค์ประกอบด้านการยกย่องให้เกียรติ (Commendation) เป็นสิ่งที่พนักงานบริการควรปฏิบัติต่อผู้รับบริการในทุกช่วงเวลา โดยคำนึงถึงการไม่สร้างการรบกวนผู้รับบริการ ร่วมกับการป้องกันไม่ให้อุบัติการณ์ทำลายความส่วนตัวของผู้รับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของลอเรียลและลอเรียน (Lori and Lorraine, 2006) ที่นำเสนอว่าการยกย่องให้เกียรติเป็นโครงสร้างทางอารมณ์ที่มีความซับซ้อนและไม่ชัดเจน สามารถปรับเปลี่ยนไปตามเพศสภาพของแต่ละบุคคล การยกย่องให้เกียรติจึงเป็นการสะท้อนให้ถึงความสุภาพอ่อนโยน ช่วยลดสถานะความโกรธที่รุนแรงหรือความไม่พอใจ สามารถสังเกตระดับการยกย่องให้เกียรติมาจากการสนทนาระหว่างบุคคล สำหรับสิ่งที่พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคจะต้องคำนึงถึงอย่างรอบครอบ คือ การเลือกใช้คำพูดและน้ำเสียงที่สุภาพในการสื่อสาร พร้อมกับการแสดงกิริยาท่าทางที่บ่งบอกถึงความพร้อมที่จะดูแลผู้รับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อัจฉมน วรรณพิณ และวาสนีย์ วิเศษฤทธิ์ (2555) ที่พบว่า ความสอดคล้องของการสนทนาด้วยถ้อยคำที่สุภาพเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการยกย่องระหว่างบุคคล อีกทั้งยังเป็นการแสดงออกถึงความเคารพในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เนื่องจากพื้นฐานด้านพฤติกรรมเชิงลึกของมนุษย์ทุกล้วนปรารถนาต้องการได้รับการยกย่องให้เกียรติ สำหรับการสื่อสารที่แสดงออกถึงการยกย่องให้เกียรติโดยเลือกใช้การสนทนา ได้แก่ การกล่าวทักทาย การกล่าวชื่นชม การกล่าวขอบคุณ และสามารถให้การแสดงออกทางสีหน้าท่าทางประกอบการสื่อสารได้อีกด้วย เช่น การยิ้ม การพยักหน้า การใช้สายตา เป็นต้น

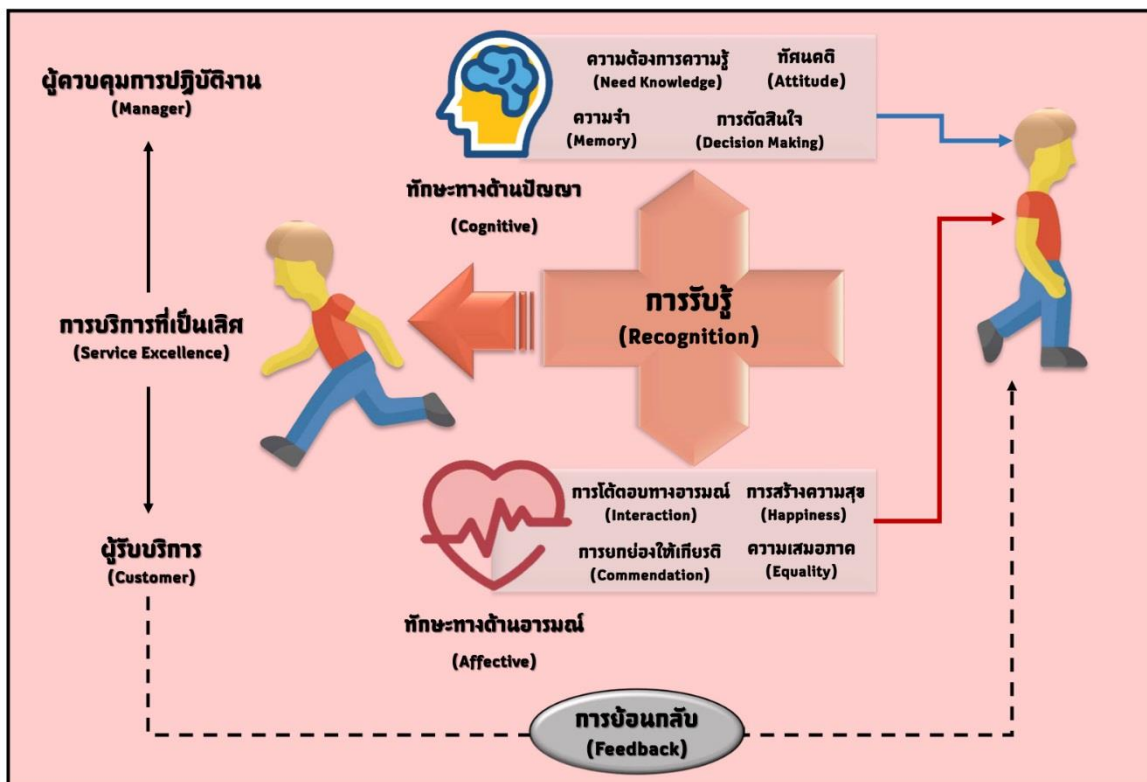
นอกจากนี้ ความเอาใจใส่พิเศษด้านการสร้างความสุข (Happiness) ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค มีแหล่งกำเนิดมาจากการได้รับความดูแลเอาใจใส่จากผู้ควบคุมการปฏิบัติงานและนโยบายขององค์กรซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการดำรงความสุขแก่สมาชิกภายในทุกคน

เพื่อสามารถส่งต่อความรู้สึกที่ดีไปยังผู้รับบริการได้อีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ธิตรัตน์ พิมพาภรณ์ และธีระวัฒน์ จันทิก (2559) ที่อธิบายปริมาณความสบายใจในองค์กรบริการที่ได้รับมาจากวัฒนธรรมภายในองค์กร สมาชิกเพื่อนร่วมงาน ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน และผลตอบแทนที่ได้รับ ทั้งหมดส่วนหนึ่งที่ช่วยพนักงานบริการเกิดความสุข และสามารถส่งต่อปริมาณความสุขไปผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ในขณะที่พนักงานบริการสามารถจะเลือกใช้ทรัพยากรภายในโรงแรมเพื่อนำเสนอ กิจกรรมที่มีความแปลกใหม่ในรูปแบบเกมส์กีฬา ที่เปิดโอกาสให้ผู้รับบริการได้มีส่วนร่วมและได้รับความสุขจากการทำกิจกรรมที่มีความท้าทายประสบการณ์ ซึ่งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อมิตและแคสซี (Amit and Cassie, 2014) ที่นำเสนอประเด็นที่เกี่ยวกับประสบการณ์ของคนยุคใหม่ที่นิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการค้นหากิจกรรมความบันเทิงที่แปลกใหม่ให้เหมาะสมช่วงอายุที่เพิ่มขึ้น โดยจะหลีกเลี่ยงกิจกรรมที่ทำซ้ำบ่อยๆ หรือมีความคุ้นชิน โดยการเลือกกิจกรรมที่สร้าง ตื่นเต้นเร้าใจมากขึ้น หรือเป็นประสบการณ์ที่ไม่เคยได้รับมาก่อน ส่งผลต่อการสร้างความสุขในการ ดำเนินชีวิตในยุคที่มีเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นตัวขับเคลื่อน ซึ่งทางโรงแรมประเภทบูติคจะต้องมี กิจกรรมที่มีความน่าสนใจมากกว่าการบริการห้องพักและห้องอาหารเพียงอย่างเดียว เนื่องจากภายใน 1 วัน ผู้รับบริการสามารถตัดสินใจที่จะทำกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ อย่างอิสระ ในขณะเดียวกัน พนักงานบริการควรให้คำแนะนำข้อมูลข่าวสารสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นกิจกรรมทางเลือกแก่ ผู้รับบริการ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของโนมและคณะ (Noam et al., 2011) อธิบายว่า การ เลือกที่สถานที่พักแรมจากเดิมจะเลือกทำเลที่ตั้งภายในตัวเมือง ที่มีความสะดวกสบายในการเดินทาง ไปยังย่านการค้าและใกล้กับสถานที่สำคัญของตัวเมือง ซึ่งแนวโน้มความน่าสนใจในปัจจุบันของทำเล ที่ตั้งไม่ได้ขึ้นอยู่กับระยะทางและสิ่งอำนวยความสะดวกอีกต่อไป แต่ผู้รับบริการหันกลับมาให้ความ สนใจกับสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้กับทำเลที่ตั้งของที่พักแรมแห่งนั้น

3. การพัฒนาคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงาน บริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย จากกระบวนการสังเคราะห์ข้อมูลจากแนวทางการ ปฏิบัติงานที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ ที่พัฒนาจากการประยุกต์แนวคิดทฤษฎีความเอาใจใส่ (Empathy) ร่วมการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ เพื่อนำไปสู่การยกคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย มีจำนวนองค์ประกอบย่อยเพิ่มเติมทั้งหมด 9 ด้าน เพื่อนำมาสร้างรูปแบบการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ในลักษณะของคู่มือ โดยกำหนดกลุ่มผู้เข้าร่วมการทดลองเป็นพนักงานบริการระดับปฏิบัติการ ซึ่งถือ ว่าเป็นหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนองค์กร และเป็นกลุ่มคนที่จะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการ โดยตรงตั้งแต่วินาทีแรก จึงมีความเหมาะสมกับการพัฒนาทักษะการบริการให้มีความเป็นมืออาชีพ สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยว แห่งชาติ, 2560) ในส่วนของยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ที่มุ่งเน้นให้ พนักงานบริการมีสมรรถนะขั้นพื้นฐานในตำแหน่งงานและการได้รับการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐาน พิจารณาถึงความเพียงพอกับแรงงานของธุรกิจแต่ละประเภท โดยคาดคะเนผลลัพธ์ของยุทธศาสตร์ฯ ที่จะต้องเพิ่มระดับความพึงพอใจด้านพนักงานบริการจากผู้รับบริการสูงขึ้น รวมถึงการนำพนักงาน บริการเข้าสู่การแข่งขันด้านการบริการอยู่ในการจัดลำดับ 1 ใน 10 ของโลก และธุรกิจขนาดกลางและ เล็กในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวมีการเติบโตทั่วประเทศ สำหรับสมาชิกที่เข้าร่วม

การทดลองจะได้เรียนรู้องค์ประกอบด้วยรูปแบบกิจกรรมต่างๆ ที่ผู้วิจัยได้ออกแบบให้มีความเหมาะสมกับการเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมการอบรมได้มีกระบวนการคิดวิเคราะห์ด้วยการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Learning) การเรียนรู้ในระหว่างการปฏิบัติงาน (On the Job Training) สำหรับการบริหารความสัมพันธ์และระดับอารมณ์ด้วยการประชุมแก้ไขปัญหาหรือการระดมสมอง (Brain Storming) การแสดงบทบาทสมมติ (Role Play) สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีการพัฒนาทักษะของทรัพยากรมนุษย์ให้มีความพร้อมด้วยการกำหนดโครงการ (Design Training Program) ของซามิวเอล (Samuel, 2012) ที่จะต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริหารองค์กร กิจกรรมที่ผู้เข้าร่วมต้องปฏิบัติและข้อเท็จจริงที่จะต้องอธิบายให้ผู้เข้าร่วมโครงการอบรมได้รับรู้วัตถุประสงค์ ภายใต้ขอบเขตระยะเวลาที่กำหนด รวมถึงการพิจารณาถึงผลลัพธ์หลังเสร็จสิ้นโครงการ ซึ่งพนักงานจะต้องมีทักษะความชำนาญในอาชีพที่ดีขึ้นตามเงื่อนไข โดยให้ความสำคัญกับการใช้สื่อกลางที่ลักษณะของการสร้างความรู้โดยบุคคลภายนอก และการสร้างความรู้จากตนเองร่วมกับสมาชิกคนอื่นๆ ภายในองค์กร

ผลการประเมินคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกิจกรรมการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับระยะเวลาในแต่ละวัน รวมถึงการคำนึงถึงคุณสมบัติของวิทยากรที่เข้ามามีส่วนช่วยในการถ่ายทอดจะต้องมีประสบการณ์ในธุรกิจโรงแรม เพื่อสามารถนำเสนอตัวอย่างประกอบกับกิจกรรมการเรียนรู้ให้แก่ผู้เข้าร่วมการทดลองสามารถเข้าใจได้มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ นิชิตาร์ และนาริซามา (Nischithaa and Narasimha, 2014) ที่อธิบายว่า โปรแกรมการฝึกอบรมพนักงานบริการในธุรกิจโรงแรมจะต้องพิจารณาให้เห็นถึงประเด็นร่วมสมัยที่มีส่วนช่วยในการส่งเสริมทักษะการบริการ จากการสำรวจความต้องการของพนักงานบริการพบว่า พนักงานบริการจำนวนมากจะมีความประสงค์ที่จะพัฒนาทักษะความรู้ของตนเอง โดยสิ่งทีองค์กรจะต้องคำนึงถึงการสร้างโปรแกรมฝึกอบรมพนักงานบริการรูปแบบใหม่จะมุ่งเน้นไปที่ผู้ฝึกอบรมจะต้องมีความชำนาญในทักษะนั้นอย่างแท้จริง ในแต่ละแผนกจะต้องซึ่งอาจจะต้องอาศัยระยะเวลาการเรียนรู้เพิ่มมากขึ้น เพื่อพัฒนาไปสู่ตำแหน่งงานที่สูงระดับผู้บริหาร รวมถึงการใช้กิจกรรมและอุปกรณ์ต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับการจัดสรรงบประมาณในแต่ละครั้ง เนื่องจากการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นต้นทุนที่ทางโรงแรมจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน อีกทั้งทางฝ่ายทรัพยากรมนุษย์จำเป็นต้องมีการประเมินผลภาพรวมของโปรแกรมการฝึกอบรม พร้อมกับการพิจารณาความจำเป็นของกิจกรรมในแต่ละขั้นตอน และคัดสรรกิจกรรมที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้ออกไปจากแผนของโปรแกรมการฝึกอบรม ซึ่งการวิจัยและพัฒนาครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปรูปแบบความสัมพันธ์ของคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทยได้ตั้งแผนภาพที่ 40



ภาพที่ 40 แสดงรูปแบบความสัมพันธ์ของคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

จากภาพที่ 40 แสดงความสัมพันธ์ของคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย สำหรับผลจากประเมินความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการที่เกิดขึ้นจริงจากการวิจัยและพัฒนา สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อส่งเสริมทักษะการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานบริการ จากเดิมการทบทวนวรรณกรรมภายในประเทศไทยอธิบายว่า ความเอาใจใส่มีความเกี่ยวข้องกับทักษะทางด้านอารมณ์ (Affective) เท่านั้น ในส่วนของงานวิจัยในต่างประเทศนำเสนอข้อค้นความเชื่อมโยงของความเอาใจใส่ด้วยทักษะทางด้านปัญญา (Cognitive) สำหรับผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า องค์ประกอบด้านการรับรู้ (Recognition) ที่ผสมผสานระหว่างทักษะทางด้านปัญญาและอารมณ์ของพนักงานบริการ เพื่อนำไปสู่แนวทางการสร้างสรรค์รูปแบบการบริการที่เป็นเลิศ สามารถพิจารณาจากผู้ควบคุมการปฏิบัติงานและการยอมรับจากผู้รับบริการ อีกทั้งยังสะท้อนข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการที่เป็นข้อบกพร่อง เพื่อใช้ในการปรับปรุงการบริการให้มีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามผลลัพธ์ของคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนความก้าวหน้าทางด้านอาชีพของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคไปสู่เป้าหมายที่องค์กรได้กำหนดเอาไว้อย่างมีเอกลักษณ์และแตกต่างไปจากรูปแบบการบริการของโรงแรมประเภทอื่นๆ ในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากผลการวิจัยและพัฒนาการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะทั้งสิ้น 3 ประการ ได้แก่

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย โดยผลจากการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า คู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย มีประสิทธิภาพเหมาะสมกับการนำไปใช้ได้จริงโรงแรมประเภทบูติก ซึ่งเป็นธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก มีจำนวนบุคลากรที่สามารถควบคุมการปฏิบัติงานได้ง่าย อาจก่อให้เกิดปัญหาในการปฏิบัติหน้าที่ ทางผู้ประกอบการและผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน หรือฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ของโรงแรม สามารถนำองค์ประกอบจากการวิจัยภายใต้แนวคิด “MIND REACH” ไปประยุกต์ใช้ โดยการปรับปรุงพัฒนาเป็นหลักสูตรการฝึกอบรมระยะสั้น เพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานบริการของโรงแรมประเภทบูติกที่มีเอกลักษณ์การบริการที่แตกต่างจากโรงแรมประเภทอื่นทั่วไป

ในขณะที่การอธิบายเงื่อนไขการบริการที่เป็นข้อจำกัดแก่ผู้รับบริการ ควรเป็นหน้าที่ของพนักงานบริการที่จะต้องชี้แจงรายละเอียดให้ชัดเจนก่อนการเข้าพัก พร้อมกับการจัดทำสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น คู่มือ ป้ายประกาศ แผ่นพับตั้งโต๊ะ เป็นต้น เพื่อเป็นการย้ำเตือนใน บริเวณหรือจุดที่ให้บริการของทางโรงแรม และยังเป็นวิธีการช่วยลดปัญหาข้อร้องเรียนและการโต้แย้งที่จะเกิดขึ้นกับจากผู้รับบริการต่อไป สำหรับผลงานของการวิจัยและพัฒนาความเอาใจใส่พิเศษด้านความต้องการความรู้ (Need Knowledge) ทางผู้ประกอบการและผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน หรือฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ควรกำหนดให้พนักงานบริการทุกคนมีความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับสินค้าและบริการภายในโรงแรมแต่ละช่วงฤดูกาล เพื่อสามารถให้ข้อมูลแก่ผู้รับบริการได้อย่างถูกต้อง ซึ่งในขณะเดียวกันการกำหนดแนวทางการประเมินพฤติกรรมความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกทั้ง 9 องค์ประกอบ สามารถนำไปกำหนดเป็นตัวชี้วัดในแต่ละด้าน เพื่อนำไปใช้เป็นเงื่อนไขในควบคุมผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริการให้เป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร อีกทั้งยังสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการทรัพยากรภายในระยะเวลาที่เหมาะสม

อย่างไรก็ตามกระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย ควรพิจารณาถึงความสำคัญกับการส่งเสริมทักษะทางด้านภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างประเทศตามกลุ่มเป้าหมายของโรงแรม สำหรับใช้ในการสื่อสารทั่วไปกับผู้รับบริการชาวต่างชาติได้อย่างเหมาะสม เนื่องจากความแตกต่างในด้านการจดจำของพนักงานแต่ละบุคคลไม่สามารถรับรู้ได้เท่ากัน ผู้ประกอบการและผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน หรือฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ สามารถคัดเลือกรูปแบบการสนทนาที่สั้นกระชับเข้าใจง่าย หรือรูปประโยคสนทนาที่จำเป็นต่อการสื่อสาร เพื่อความสะดวกต่อการจดจำและนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างรวดเร็ว เช่น การทักทาย การปฏิเสธ การให้ข้อมูลภายในโรงแรม การกล่าวอำลา เป็นต้น ตลอดจนการปลูกฝังให้พนักงานบริการมีการ

สังเกตและจัดบันทึกเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้รับบริการที่เดินทางใช้บริการเป็นประจำ ซึ่งมีส่วนช่วยให้การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริการแต่ละรายได้อย่างถูกต้อง

นอกจากนี้ การกำหนดระยะเวลาสำหรับการส่งตัวแทนพนักงานบริการ เพื่อเข้าร่วมการฝึกอบรมคู่มือให้มีความเหมาะสม เนื่องจากธุรกิจโรงแรมในแต่ละภูมิภาคมีช่วงฤดูกาลแห่งการท่องเที่ยวยอดนิยม (High Season) ที่แตกต่างกันไป การฝึกอบรมจากคู่มือ ที่มีจำนวนมากกว่า 1 วัน และมีกิจกรรมการศึกษาดูงานนอกสถานที่ จำเป็นต้องกำหนดในช่วงการเข้าร่วมในช่วงระหว่างเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับการผลัดเปลี่ยนอัตรากำลังบุคลากรตามเป้าหมายที่กำหนด โดยเฉพาะโรงแรมประเภทบูติคที่ไม่ได้กำหนดตำแหน่งออกเป็นฝ่ายหรือแผนกที่ชัดเจน ตลอดจนการสนับสนุนให้พนักงานบริการเข้าร่วมโครงการพัฒนาทักษะทางวิชาชีพโรงแรมที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานภาครัฐบาลไทย เช่น กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สมาคมโรงแรมไทย เพื่อยกระดับทักษะความสามารถในการปฏิบัติงานของบุคลากรสู่ระดับอาเซียนและสากล

2. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่น่าสนใจนำคู่มือไปใช้

คู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย จำเป็นต้องคัดเลือกวิทยากรผู้ถ่ายทอดความรู้ที่มีประสบการณ์ในโรงแรม เพื่อสามารถยกตัวอย่างประกอบการบรรยายที่เป็นกรณีศึกษาจากสถานการณ์จริงได้อย่างถูกต้อง รวมถึงการใช้ระดับภาษาที่ผู้เข้าร่วมการทดลองคู่มือสามารถเข้าใจได้โดยใช้ระยะเวลาอันรวดเร็ว จากองค์ประกอบความเอาใจใส่พิเศษภายในคู่มือประกอบด้วย ความต้องการความรู้ (Need Knowledge) การตัดสินใจ (Decision Making) ความจำ (Memory) ทักษะคติ (Attitude) การรับรู้ (Recognition) การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) ความเสมอภาค (Equality) การยกย่องให้เกียรติ (Commendation) และ การสร้างความสุข (Happiness) ผู้ที่นำคู่มือไปใช้จะต้องพิจารณารูปแบบกิจกรรมให้มีความเหมาะสมกับบริบทของแต่ละองค์กร ซึ่งรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้จะต้องมุ่งเน้นให้พนักงานบริการสามารถฝึกฝนทักษะในการสร้างกระบวนการทางความคิดและการบริหารทักษะทางอารมณ์ของตนเอง โดยใช้รูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ควรมุ่งเน้นให้พนักงานบริการมีส่วนร่วมและแลกเปลี่ยนความเห็นซึ่งกันและกัน เพื่อนำข้อคิดเห็นที่แตกต่างจากการค้นพบนักกลับไปปรับปรุงพัฒนากระบวนการให้บริการอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังเป็นการส่งเสริมให้พนักงานบริการที่ใช้คู่มือเกิดความสามัคคีกันในกลุ่มเป็นรากฐานสำคัญสำหรับการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการที่มีความประสงค์ในการดำเนินโครงการทดลองใช้คู่มือ สามารถนำเสนอแนวความคิดดังกล่าวไปปรึกษาร่วมกับกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจากภาครัฐบาลและเอกชน เช่น กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน การท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สมาคมโรงแรมไทย มหาวิทยาลัย เพื่อดำเนินการออกแบบในลักษณะของโครงการอบรมแก่พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

สำหรับรายละเอียดของเนื้อหาในแต่ละองค์ประกอบและกิจกรรมการเรียนรู้ภายในคู่มือ มีความเหมาะสมกับการนำไปใช้กับพนักงานบริการในโรงแรมประเภทบูติคที่มีรูปแบบการบริหารจัดการแบบอิสระ (Hotel Independent) มากกว่าโรงแรมประเภทบูติคที่มีรูปแบบการ

บริหารจัดการแบบเครือข่าย (Hotel Chains) เนื่องจากโรงแรมที่มีรูปแบบการบริหารจัดการแบบอิสระ เช่น รูปแบบที่อยู่ร่วมกับธรรมชาติ (Nature) รูปแบบดัดแปลงอาคารเก่าแก่หรือตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน (Culture) จะดำเนินกิจการในลักษณะของครอบครัว โดยอาศัยสมาชิกภายในครอบครัวที่คอยดูแลช่วยเหลือผู้รับบริการ ซึ่งยังขาดแนวทางสำหรับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ชัดเจน และยังคงใช้การถ่ายทอดความรู้จากพนักงานบริการที่ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานยาวแก่พนักงานบริการรายใหม่เท่านั้น การใช้คู่มือจากการวิจัยจึงเป็นการทางเลือกสำหรับการส่งเสริมพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานของพนักงานบริการ ให้มีระดับที่เทียบเท่ากับโรงแรมประเภทบูติคที่มีรูปแบบการบริหารจัดการแบบเครือข่าย เช่น รูปแบบหรูหราและร่วมสมัย (Luxury and Modern) ซึ่งมีรูปแบบการดำเนินกิจการทั่วโลก ภายใต้ตราสินค้าและมาตรฐานการบริการแบบเดียวกันในทุกภูมิภาค สามารถสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพบริการแก่ผู้รับบริการในบางกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น หากพิจารณาจะพบว่า รูปแบบการบริหารจัดการแบบเครือข่ายอาจไม่เหมาะสมกับการใช้คู่มือที่มุ่งเน้นให้พนักงานบริการสร้างกระบวนการทางความคิดและการควบคุมอารมณ์ด้วยตนเอง เนื่องจากทางโรงแรมได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติงานที่เป็นแบบแผนชัดเจน พร้อมกับการระบุเงื่อนไขหลากหลายประการที่มีความยืดหยุ่นน้อย ซึ่งทุกขั้นตอนของแต่ละฝ่ายหรือแผนกจะต้องดำเนินการตามระเบียบข้อบังคับอย่างเคร่งครัด ในบางกรณีผู้รับบริการอาจไม่ได้รับความสะดวกสบายเนื่องจากพนักงานบริการไม่สามารถแสดงออกถึงความเอาใจใส่พิเศษได้

ทั้งนี้ ผลการประเมินพฤติกรรมการปฏิบัติงานที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทยหลังจากการทดลองใช้คู่มือพบว่า พนักงานบริการมีระดับคะแนนรวมลดลงในช่วงระยะที่ 2 หรือประมาณ 30 วันหลังจากการทดลองคู่มือสิ้นสุดลง สะท้อนให้เห็นว่า ความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการจำเป็นจะต้องหมั่นฝึกฝนทบทวนความรู้ความเข้าใจอย่างสม่ำเสมอ สำหรับโรงแรมประเภทบูติคที่ต้องการใช้คู่มือสามารถเริ่มต้นกับกลุ่มพนักงานใหม่ที่เข้ามาเป็นสมาชิกในองค์กร โดยมีอายุงานตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป เพื่อสร้างทักษะการบริการบนพื้นฐานของความเอาใจใส่พิเศษ และการติดตามผลการปฏิบัติหน้าที่เพื่อรับรู้การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม ร่วมกับการประเมินความพึงพอใจจากผู้รับบริการ ซึ่งพนักงานบริการที่สามารถเรียนรู้คู่มือจะต้องเป็นผู้ที่ผ่านการทดลองงานและได้รับการเซ็นต์สัญญาจ้างกับทางโรงแรมเป็นพนักงานประจำเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งกระบวนการดังกล่าวจะต้องใช้ระยะเวลาอย่างน้อย 1 ปี เนื่องจากปัจจุบันการตัดสินใจลาออกจากงานยังคงเป็นปัญหาสำคัญของโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก การจัดสรรงบประมาณสำหรับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรภายในองค์กร จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ อีกทั้งการพิจารณาช่วงอายุของพนักงานบริการที่เข้าร่วมทดลองคู่มือจะต้องมีอายุไม่เกิน 60 ปี เพื่อความสะดวกต่อการเรียนรู้และสามารถให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้แบบกลุ่มกับสมาชิกคนอื่น

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทยเป็นการวิจัยและพัฒนาที่สะท้อนผลลัพธ์ความเอาใจใส่พิเศษทั้ง 9 องค์ประกอบ ซึ่งเป็นการศึกษาในกลุ่มของพนักงานบริการระดับปฏิบัติการ (Operation Level) เท่านั้น ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัย

ที่สนใจสามารถศึกษาความเอาใจใส่พิเศษของผู้ควบคุมการปฏิบัติงานและผู้ประกอบการ (Management Level) เนื่องจากโรงแรมประเภทบูติคบางแห่งผู้ประกอบการและผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน จะมีส่วนร่วมในการให้บริการด้วยตนเอง อีกทั้งการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบความเอาใจใส่พิเศษของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบในระดับผู้บริหาร สามารถสะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดการก่อตั้งกิจการ กฎระเบียบข้อบังคับใช้ และระบบการบริหารจัดการในแต่ละฝ่ายหรือแผนก

แนวทางการสร้างความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค ด้านความต้องการความรู้ (Need Knowledge) ผู้วิจัยที่สนใจสามารถค้นหาประเด็นที่เกี่ยวข้องภายในองค์ประกอบย่อยแบบบรรยายด้าน เพื่อนำไปสู่การค้นหาสิ่งที่พนักงานบริการจำเป็นต้องเรียนรู้และพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น ได้แก่ (1) ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับทักษะทางวิชาชีพโรงแรมในระดับปฏิบัติการและระดับบริหาร เพื่อการนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติหน้าที่ (2) ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการนำเสนอแก่ผู้รับบริการและการออกแบบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมประเภทบูติค (3) ความรู้ด้านภาษาอังกฤษและการสื่อสารโดยมุ่งเน้นในส่วนของประโยคที่ใช้สำหรับสนทนาเบื้องต้น เพื่อง่ายต่อการจดจำและใช้สำหรับการสื่อสาร (4) ความรู้ด้านการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อใช้สำหรับการสืบค้นข้อมูลทั่วไปและการใช้งานในระดับเบื้องต้น ซึ่งทักษะด้านความรู้เป็นส่วนสนับสนุนให้พนักงานบริการสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง และสามารถสร้างสรรค์การบริการที่เหนือความคาดหมายแก่ผู้รับบริการได้ในลำดับต่อไป

ซึ่งในขณะเดียวกันความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการสามารถนำไปใช้เป็นประเด็นข้อคำถามการวิจัยในปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรมประเภทอื่นๆ ที่ต้องปรับเปลี่ยนกิจการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับบริการยุคปัจจุบัน เช่น โรงแรมแคปซูล โฮสเทล บ้านพักอาศัยที่จำหน่ายผ่านแอร์บีเอ็นบี (Airbnb) เป็นต้น ซึ่งเป็นธุรกิจที่พักแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ที่กำลังได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้รับบริการที่ต้องการสถานที่พักอาศัยข้างคืนด้วยระยะเวลาที่จำกัด โดยที่ผู้รับบริการไม่ได้ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกบางรายการที่ไม่จำเป็นสำหรับการดำเนินชีวิต แต่ต้องการความเอาใจใส่อย่างใกล้ชิดจากพนักงานบริการ นอกจากนี้ ผู้วิจัยที่สนใจยังสามารถนำองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษไปวิจัยและพัฒนาต่อยอดเชิงลึกในกลุ่มธุรกิจบริการอื่นๆ ในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวของประเทศไทย เช่น ภัตตาคาร บริษัทจัดงานเที่ยว ศูนย์จำหน่ายของฝากระดับตำบล สายการบิน แหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจการจัดประชุมและนิทรรศการ เป็นต้น

รายการอ้างอิง

- Akgün, A. E., Keskin, H., Ayar, H., & Erdoan, E. (2015). "The Influence of Storytelling Approach in Travel Writings on Readers' Empathy and Travel Intentions". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 207, 577-586.
- Akgun, A. E., Keskin, H., Cebecioglu, Y., & Dogan, D. (2015). "Antecedents and consequences of collective empathy in software development project teams". *Information & Management*, 52(2), 247-259.
- Amit, B., & Cassie, M. (2014). Happiness from Ordinary and Extraordinary Experiences. *Journal of Consumer Research*, 41(1), 1-17.
- Amy, K., & Ruth, N. (2002). The effect of customers' emotional responses to service failures on their recovery effort evaluations and satisfaction judgments. *The Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(1), 5-23.
- Andermann, J., & Arnold-de Simone, S. (2012). "Introduction: Memory, community and the new museum". *Article in Theory Culture & Society*, 29(1), 3-13.
- Anhar, L. (2001). The Definition of Boutique Hotel. Retrieved from <http://www.hvs.com.2001>
- Aswathappa, K. (2000). *Human Resources and personnel Management*. New Delhi: TaTa McGraw-Hill publishing company.
- Aydin, K., Barhar, C., & Alper, B. (2013). The analysis of the relationship of among perceived electronic service quality and total satisfaction in banking sector. *International of human sciences*, 10(2), 304-325.
- Aydin, K., Barhar, C., & Alper, B. (2013). "The analysis of the relationship of among perceived electronic service quality and total satisfaction in banking sector". *International of human sciences*, 10(2), 304-325.
- B.S., B., & other. (1973). *Taxonomy of Educational Objectives*. London: Longmans Greens.
- Bandura, A. (2001). "Social Cognitive theory: An agentic perspective". *Annual Review of Psychology*, 52(1), 1-26.
- Barber, N. A., & Dealem, C. (2014). "Tapping mindfulness to shape hotel guests' sustainable behavior". *Cornell Hospitality Quarterly*, 55(1), 100-144.
- Baron-Cohen, S. (2003). "The Cognitive Neuroscience of Autism". *J Neurosurg Psychiatry*, 74, 945-948.
- Baron, C. S. (1995). *Mindblindness: An essay on autism and theory of mind*. Boston: MIT Press.

- Batson, C. D. (2009). These thing called empathy: eight related but distinct phenomena. In J. Decety & Ickes W. (Eds.), *The Social neuroscience of empathy* Combridge (pp. 36-46). M.A: MIT press.
- Batson, C. D., Fultz, J., & Schoenrade, P. A. (1997). "Perspective taking: Imagining how another feels versus imagining how you would feel". *Personality and Social Psychology Bulletin* 23(7), 751-758.
- Batson, C. D., Fultz, J., & Schoenraden, P. A. (1987). Adults' emotional reactions to the distress of others. In N. Eisenberg & J. Strayer (Eds.), *Empathy and its development* (pp.163-184). Cambridge: Cambridge University Press.
- Batson, C. D., & Shaw, L. L. (1991). Evidence for altruism: Toward a pluralism of prosocial motives. *Psychological Inquiry*, 2, 107-122.
- Bennett, S., & Nelson, J. (2011). *Adult attachment in clinical social work: practice, research, and policy*. New York: Springer.
- Best, J. W. (1997). *Research in Education* (3rd ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Blesic, I., Ivkov, A., Uglješa, S., & Stamenkovic, I. (2011). "Research of Expected and Perceived Service Quality in Hotel Management". *Journal of Tourism*, 11, 5-13.
- Bo, E. (2005). "Guru's View Service quality: beyond cognitive assessment". *Managing Service Quality*, 15(2), 127-131.
- Booms, H., & Mary, J. (1981). Marketing Strategies and Organization Structures for Services firms. In J. Donnelly & W. George (Eds.), *Marketing of Services*. Chicago: AMP.
- Britton, P. C., & Fuendeling, J. M. (2005). "The relations among varieties of adult attachment and the components of empathy". *Journal of Social Psychology* 145(5), 519-530.
- Butcher, J. (2014). *Moralizing tourism: Personal qualities, political issues* Farnham, Surrey: Ashgate Publishing Ltd. In M. Mostsfanezhad & K. Hannam (Eds.), *Moral encounters in tourism* (17-13). Farnham, Surrey: Ashgate Publishing Ltd.
- Cameron, D., Inzlicht, M., & Cunningham, W. A. (2015). Empathy is Actually a Choice. Retrieved from www.nytimes.com/2015/07/12/opinion/sunday/empathy-is-actually-a-choice.html
- Carré, A., Stefaniak, N., D'ambrosio, F., & Bensalah, L. (2013). "The Basic Empathy Scale in Adults (BES-A): Factor structure of a revised form". *Psychological assessment*, 25(3), 679-691.

- Caton, K. (2014). Humanism and tourism: A moral encounter. In M. Mostafanezhad & K. Hanna (Eds.), *Moral encounters in tourism (pp.185-198)*. Farnham, Surrey: Ashgate Publishing Ltd.
- Chen, D., Lew, R., Hershman, W., & Orlander, J. (2007). "A cross-section measurement of medical student empathy". *J Gen Intern Med* 22(10), 1434-1438.
- Chun-min, K., & Shu-yi, H. (2013). A Perspectives Comparison: The Importance and Features of Service Attitude between International Hotel Employees and Guests. *The Journal of International Management Studies*, 8(2), 35-44.
- Collier, A., & Harraway, S. (1997). *The New Zealand Tourism Industry*. Auckland Longman.
- Costa, G., & Glinala, E. (2003). "Empathy and sport tourism service: A literature review". *Journal of sport and tourism*, 8(4), 284-292.
- Daniel, W. (1990). *Kolmogorov-Smirnov One-Sample Test*. Boston: PWS-Kent.
- Davis, K. C. (2004). "Oprah's book club and the politics of cross-racial empathy". *International Journal of Cultural Studies*, 7(4), 399-419.
- Davis, M. H. (1983a). "The effects of dispositional empathy on emotional reactions and helping: A multidimensional approach". *Journal of personality*, 51(2), 167-184.
- Davis, M. H. (1983b). "Measuring individual differences in empathy". *JSAS Catalog of Selected Documents in Psychology*, 44(1), 113-126.
- Davis, M. H. (1994). *Empathy: A social psychological approach*. Boulder, Colo: Westview Press.
- Decety, J. (2010). "The neurodevelopment of empathy in human". *Developmental Neuroscience*, 32(4), 256-267.
- Decety, J., & Michalska, K. J. (2010). "Neurodevelopmental changes in the circuits underlying empathy and sympathy from childhood to adulthood". *Developmental science*, 13(6), 886-899.
- Decety, J., & Svetlova, M. (2012). "Putting together phylogenetic and ontogenetic perspectives on empathy". *Developmental Cognitive Neuroscience*, 2(1), 1-24.
- Delahaye, B. (2005). *Human Resources Development: Adult Learning and Knowledge Management*. Milton: John Wiley & Sons Australia.
- Dennett, D. (1987). *The intentional stance*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Detuk, S. (2001). "Intercultural empathy: Myth, competency or possibility for alliance building?". *Community Education*, 50(4), 374-384.
- Devi, D., & Herry, H. (2014). "Valuating consumer's perceived value of urban boutique hotel uniqueness towards willingness to purchase intention case study: Artotel Jakarta". *Journal of Business and Management*, 3(4), 447-455.

- Dickinger, A., & Bauernfeind, U. (2009). "An analysis of corporate e-mail communication as part of airlines' service recovery strategy". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(2), 156-168.
- Dora, A., Patricia, V., & Julio, M. (2013). "The cognitive-affective-cognitive model of destination image: A confirmatory analysis". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(5), 471-481.
- Drollinger, T., Comer, L. B., & Warrington, P. T. (2006). "Development and validation of the active empathetic listening scale". *Psychology & Marketing*, 32(2), 161-180.
- Edmundas, J., Dalia, S., Biruta, S., & Arturas, S. (2016). Impact of hotel service quality on the loyalty of customers. *Economic Research-Ekonomiska Istrazivanja* 29(1), 559-572
- Eisenberg, N. (2010). *Empathy-related responding: Links with self-regulation, moral judgment, and moral behavior*. Paper presented at the Prosocial motives, emotions, and behavior: The better angels of our nature (pp.129-148).
- Eisenberg, N., Fabes, R. A., & Spinard, T. L. (2007). Prosocial development. In N. Eisenberg (Ed.), *Handbook of child psychology*, (pp.646-718). London Wiley.
- Eisenberg, N., & Mussen, P. (1989). *The roots of prosocial behavior in children*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Eisenberg, N., & Strayer, J. (1987). Critical issues in the study of empathy *Empathy and its development* (pp. 3-16). Cambridge University Press.
- Emel, K. Y. (2014). A Review on Dimensions of Service Quality Models. *Journal of Marketing Management*, 2(2), 79-93.
- Espelage, D. L., Gutsell, E., & Gutsell, J. M. (2004). *Bullying in American Schools: A Social-Ecological Perspective on Prevention and Intervention*: Lawrence Erlbaum Associates.
- Fleiss, J. (1971). "Measuring nominal scale agreement among many raters". *Psychological Bulletin*, 76(5), 378-382.
- Fornt, X., Garay, L., & Johnes, S. (2016). "A social Cognitive Theory of sustainability empathy". *Annals of Tourist Research*, 58, 65-80.
- Fraenkel, J. R., & Wallen, N. E. (2006). *How to design and evaluate research in education* (6th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Gary, D. (2014). *Human Resources Management* (14th ed.). London: Pearson.
- Gelfand, M., Bhawuk, D., Nishii, L., & Bechtold, D. (2004). Individualism and collectivism In R. House, P. Hanges, M. Javidan, P. Dorfman, & V. Gupta (Eds.), *Culture, leadership and organizations: The Service Marketing*

- Gelfand, M., Bhawuk, D. M., Nishii, L., & Bechtold, D. (2004). *Individualism and collectivism*. In R. House, P. Hanges, M. Javidan, P. Dorfman, & V. Gupta (Eds.), *Culture, leadership and organizations*
- Gi-Du, K., & Jeffrey, J. (2004). Service Quality Dimension: an examination of Gronroos's service quality management. *Managing Service Quality*, 14(4), 266-277.
- Gnoth, J., & Wang, N. (2015). "Authentic knowledge and empathy in tourism". *Annals of Tourism Research*, 50, 159-172.
- Goldenberg, I., & Goldenberg, H. (2008). *Family Therapy: An Overview*. U.S.A: Brooks Publishing Company
- Goleman, D. (1995). *Emotional Intelligence: Why it matter more than IQ*. New York: Bantam Book. .
- Goleman, D. (2007). *Emotional intelligence: Why it can matter more than IQ*. New York, NY: Random House.
- González, A. M., Rodríguez, C., Mauro, M. R., & Cervantes, M. (2009). "Cognitive age as a criterion explaining senior tourists' motivations". *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 3(2), 148-164.
- Gretchen, A. (2013). Trust, Safety, and Employee Decision-Making. *The Journal of Technology, Management, and Applied Engineering*, 29(2), 2-11.
- Gronroos, C. (1990). *Service Management and Marketing*. Lexington, MA: Lexington Book.
- Gruber, T. (2011). "I want to believe they really care: How com planning customers want to be treated by front office employee ". *Journal of Service Marketing*, 22(1), 85-110.
- Guoliang Yu, Yongmei Wang, & Liu., C. (2012). "Improving public service quality from a developmental perspective: empathy, attachment, and gender differences". *Public Personal Management*, 41(5), 9-20.
- Guskey, R. (2000). *Evaluating Professional Development*. Thousand Oaks: Corwin.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Han, H. J., Mankad, S., Gavirneni, N., & Verma, R. (2016). *What guests really think of your hotel: Text analytics of online customer reviews*. Retrieved from
- Hazel, T. (2016). "Empathy and tourism: Limits and possibilities" *Annals of Tourism Research*, 57, 31-43.
- Hei, M. A., & Rahim, A. R. A. (2011). "The Effect of Psychological Contract and Affective Commitment on Turnover Intentions of Hotel Managers". *International Journal of Business and Social Science*, 2(23), 76-88.

- Heidegger, M. (1962). *Sein und Zeit* In J. Macquarrie & E. Robinson (Eds.), *Trans.* New York, NY: Harper & Row.
- Helena, N., R. (2014). *Affective Tourism Destination Image: The Case Study of Portoroz. Tourism and Hospitality Industry 2014*. Retrieved from
- Hoffman, M. L. (1984). *Interaction of affect and cognition in empathy* IN C.E. Izard, J. Kagan & R.B. Zajonc (Eds.), *Emotions, Cognitions and behavior*. Cambridge University Press. .
- Hogan, R. (1969). "Development of an empathy scale". *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 33(3), 307-316.
- Hojat, M., Gonnella, J., Nasca, T. m. M., & S., V. (2002). "Physician empathy: definition, component, measurement, and special" *American Journal of psychiatry*, 159(9), 1563-1569.
- Husted, B. W., & Allen, D. B. (2008). "Toward a model of cross-cultural business ethic: The impact of individualism and collectivism on the ethical decision-making process" *Journal of Business Ethics*, 82(2), 293-305.
- Hyounae, M., Yumi, L., & Vincent, P. (2014). "Factors Affecting Customer Satisfaction in Responses to Negative Online Hotel Reviews: The Impact of Empathy, Paraphrasing and Speed" *Cornell Hospitality Quarterly*, 56(2), 223-231.
- Ioannidou, F., & Konstantikaki, V. (2008). "Empathy and emotional intelligence: what is it really about?" *International Journal of Caring Sciences*, 1(3), 118-123.
- Jolliffe, D., & Farrington, D. P. (2004). "Empathy and offending: A systematic review and meta-analysis" *Aggression and Violent Behavior*, 9(5), 441-476.
- Jolliffe, D., & Farrington, D. P. (2006). "Development and validation of the Basic Empathy Scale" *Journal of Adolescence*, 29(4), 589-611.
- Juergen, G., & Ning, W. (2015). "Authentic knowledge and empathy in tourism" *Annals of Tourism Research*, 50, 159-172.
- Kang, G. D., & James, J. (2004). "Service Quality Dimension: an examination of Gronroos's service quality management" *Managing Service Quality*, 14(4), 266-277.
- Kaosa-ard, M., & Untong, A. (2005). *Benchmarking the hotel industry of Thailand*. Paper presented at the Proceeding of the 11th Asia Pacific Tourism Association Annual Conference, Gyeonggi Province, Korea.
- Kathy, O. (2007). *Emotional Design for Hotel Stay Experiences: Research on Guest Emotions and Design Opportunities*. Paper presented at the IASDR 07 International Association Design Research, The Hong Kong Polytechnic University 12th-15th November.

- Keshta, A. S. (2013). "Using storytelling in teaching English in Palestinian schools: perception and difficulties" *Education Journal*, 2(2), 16-26.
- Kohler, W. (1929). *Gestalt psychology*. New York: Live right.
- Kotler, P. (2000a). *Marketing Management*. New Jersey: Pretrial-hall.
- Kotler, P. (2000b). *Marketing Management Analysis Planning Implementation and Control* (edtion 6 ed.). Englewood Cliffs New Jersey: Prentice – Hill, Inc.
- Kreps, T. A., & Monin, B. (2011). "Doing Well by doing good? Ambivalent moral framing in organization" *Research in Organizational Behavior*, 31, 99-123.
- Kristina, P. (2015). *Behind the walls of the Boutique Hotel Concept in Spain*. (Master thesis Tourism study programme), Aalborg University.
- Landis, J. R., & Koch, G. (1977). "The Measurement of Observer Agreement for Categorical Data" *Biometric*, 33(1), 115-123.
- Lara, O. (2014). *Branding Boutique Hotels, Management and employee perspective*. (Thesis of science), Kent State University College and Graduate School of Education.
- Lehtinen, U., & Lehtinen, J. R. (1982). *Service Quality : A study of Quality Dimensions*. Helsinki:Finland OY: A study of Quality Dimensions.
- Leslie, A. M. (1987). "Pretence and representation: The origins of "theory of mind" " *Psychological Review*, 94(4), 412-426.
- Lewis, B. R., & McCann, P. (2004). "Service failure and recovery: Evidence from the hotel industry " *International Journal of Contemporary Hospitality Quarterly*, 54(1), 49-63.
- Lori, H., & Lorraine, M. (2006). Exploring the therapeutic family intervention of commendations: Insights from research. *Journal ofFamily Nursing*, 12(3), 307-331.
- Lovelock, C. H. (2007). *Service Marketing* (6th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Magnini, V., Ford, J. B., Markowski, E. P., & Honeycutt Jr., E. D. (2007). "The service recovery paradox: Justifiable theory or smoldering myth? " *Journal of service marketing*, 21(3), 213-225.
- Maja, U. (2010). "The Organizational Gap Model for Hotel Management" *Managing Global Transitions*, 8(4), 405-422.
- Mansour, Z., & Mahin, Z. (2014). Knowledge Management in Hospitality and Tourism Industry: A KM Research Perspective *Information and Knowledge Management*, 4(9), 114-112.

- McIntosh, W., Goelder, R., & Ritchie, J. R. (1995). *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. New York Wiley.
- Mehrabian, A., & Epstein, N. (1972). "A measure of emotional empathy" *Journal of Personality*, 40(4), 525-543.
- Meneo, K., Hirotsu, S., & Sachi, T. (2010). *A Cognitive Chrono-Ethnography Study of Visitors to a Hot Spring Resort, Kinoshita-onsen*. Paper presented at the 5th World Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality and Leisure : 436-445, 25 - 30 May 2010, Cappadocia, Turkey.
- Mitchell, R. (1992). *Testing for Learning*. New York: The Free Press
- Modlin, E. A., Alderman, D. H., & Gentry G. W. (2011). Tour guides as creators of empathy: The role of affective inequality in marginalizing the enslaved at plantation house museums. *Tourist Studies*, 11(3), 3-19.
- Modlin, E. A., Alderman, D. H., & Gentry G. W. (2011). "Tour guides as creators of empathy: The role of affective inequality in marginalizing the enslaved at plantation house museums" *Tourist Studies*, 11(3), 3-19.
- Myles, H., & Douglas, W. (1999). *Nonparametric Statistical Methods* (2nd ed.). New York: Wiley-Interscience.
- Nadler, L. C. (1980). *Corporate Human Resource Development*. New York: American Society for Training and Development.
- Neo, R. (2000). *Human Resources Management* (3rd ed.). New York: Irwin.
- Nischitha, P., & Narasimha, R. (2014). The Importance of Training and Development Programmes in Hotel Industry. *International Journal of Business and Administration Research Review*, 1(5), 50-56.
- Panita Suavansri. (2008). *The influences of empathy and problem characteristics of the person in need on prosocial behavior of undergraduate student* Bangkok: Chulalongkorn University.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Patir Kourbani, E., Tafas, C. A., McDonald, D. D., & Papathanassoglous, E. D. (2004). "Personal and professional pain experiences and pain management knowledge among Greek nurse" *Int J Nurs Stud*, 41(4), 345-354.
- Patricia, B., Stephan L., Emilie P., M. G., & Cecile M., E. G., . . (2015). "Relationship between empathy and well being among emergency nurses" *Jeninline* 41(4), 323-238.
- Pedwell, C. (2012). "Economies of empathy: Obama, Neoliberalism, and Social Justice" *Environment and Planning D: Society and Space*, 30(2), 280-297.

- Pedwell, C. (2013). "Affect at the margins: Alternative empathies in A Small Place" *Emotion, Space and Society*, 8, 18-26.
- Phillips, M. L., Drevent, W. C., Rauch, S. L., & Lane, R. (2003). "Neurobiology of emotion perception II: The neural basis of normal emotion perception" *Biological Psychiatry*, 54(5), 504-514.
- Picard, D., & Mike, R. (2012). *Emotion in Motion: Tourism, Affect and Transformation*. London: Ashgate.
- Ping, H. (2008). *An Investigation of the Antecedents and Consequences of Affective Commitment in a U.S. Hospitality Organization*. (Dissertation submitted. Doctor of Philosophy in Hospitality and tourism management), Faculty of the Virginia Polytechnic Institute. State University.
- Pizam, A. (2015). "Is empathy essential for high-quality customer service?" *International Journal of Hospitality Management*, 49, 149-150.
- Pizarro, D. (2000). "Nothing more than feelings? The role of emotions in moral judgment" *Journal for the Theory of Social Behaviors*, 30(4), 355-375.
- Power, M., & Dalgleish, T. (1997). *Cognitive and emotional: From order to disorder*. Hove: Psychology Press.
- Qu, H., Kim, L. H., & Im, H. H. (2011). "A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image" *Tourism Management*, 32(3), 465-476.
- Reisinger, Y., & Steiner, C. (2006). "Conceptualizing object authenticity" *Annals of Tourism Research*, 33(1), 65-86.
- Render, B., Ralph, M., & Stair, J. (2012). *Quantitative Analysis for Management*. (Vol. 11th ed.). New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Rogers, C. R. (1951). *Client-Centered Therapy. Its Current Practice, Implications and Theory*. Mifflin, Houghton: MI.
- Samuel, C. (2012). *Modern Management* (edition 9th ed.). New Jersey: Pearson.
- Selman, R. L., & Selman, A. P. (1979). "Children's ideas about friendship: A new theory" *Psychology Today*, 13(5), 71-114.
- Shamay-Tsoory, S. G., Aharon-Preretz, J., & Perry, D. (2009). "Two systems for empathy: a double dissociation between emotional and cognitive empathy in inferior frontal gyrus versus ventromedial prefrontal lesions" *Brain*, 132(3), 617-627.
- Sharareh, K., Anahita, M., & Erdogan, E. (2014). "Why Tourists are Attracted to Boutique Hotels: Case of Penang Island, Malaysia" *Journal of Hospitality & Tourism*, 12(1), 26-41.

- Shefali, S. (2013). "Consumer Perception of Boutique Hotel: A Pilot Study on Bella Vista, Panchkula" *Paripex Indian Journal of Research*, 2(12), 265-266.
- Simaon, B., & Sally, W. (2004). "The Empathy Quotient: An Investigation of Adults, with Asperger Syndrome or High Functioning Autism, and Normal Sex Differences" *Journal of Autism and Development Disorders*, 34(2), 163-175.
- Stephan, P. (1999). *Capitalizing on Human Capital: The Case of Biotechnology*: Unpublished paper.
- Steven, W., Alexei, V., & David, E. (2009). "Cross-cultural Communication and Multicultural Team Performance: A German and American Comparison" *Journal of Comparative International Management*, 12(2), 73-89.
- Stone, P. R. (2006). "A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, Attraction and exhibitions" *Tourism: An interdisciplinary. International Journal*, 54(2), 145-160.
- Stotland, E. (1969). *The psychology of hope*, San Francisco. ThSan Francisco: CA: Jossey-Bass. .
- Stotland, E., Sherman, S. E., & Shaver, K. G. (1971). *Empathy and birth order: Some experimental explorations*. Oxford, England: U. Nebraska Press.
- Suchamann, K., Zaki, J., & Dweck, C. S. (2014). " Addressing the empathy deficit: beliefs about the malleability of empathy predict effortful responses when empathy is challenging" *Psychology*, 107(3), 475-493.
- Sweeney, J. C., Soutar, G. N. , & Johnson, L. W. (1997). Retail service quality and perceived value: a comparison of two model. *Journal of Retailing and Customer Service*, 4(1), 39-48.
- Tangney, J., & Stuewig, J. (2004). A moral emotion perspective on evil persons and evil deed. In A. Miller (Ed.), *The social psychology of good and evil: Understanding our capacity for kindness and cruelty* (pp. 327 - 358). New York: Guilford Press
- Tao, W. (2013). *A case study of customer motivation in boutique hotels in Xiamen, China using push-pull theory*. (Master of Sciences Hospitality Management), Iowa State University.
- Tax, S. S., Brown, S. W., & Chandrashekar, M. (1998). "Customer evaluations of service complaint experiences: Implication for relationship marketing" *Journal of Marketing*, 62(2), 60-76.
- Terje, S. (2011). *Emotions in service encounters from the perspectives of employees and customers*. Karlstad University. ,Communication and IT Business studies.
- The Greater Good Science Center at the University of California, B. (2015). What is Empathy. Retrieved from <https://greatergood.berkeley.edu/empathy/definition>

- Thomson, R., & Mabey, C. (1994). *Developing Human Resources* Oxford: Butterworth Heinemann.
- Thurstone, L. L. (1983). *Primary mental abilities*. Chicago University of Chicago Press.
- Tichener, E. (1909). *Elementary psychology of the thought process*. New York: Macmilan.
- Uyen, D. (2013). *Improving the Effectiveness of Staff Training in A Hotel, Case Study: Hotel X.*, Lahti University of Applied Sciences.
- Valentini, K., & Robert, W. (2011). "Identifying Training Challenges in Hospitality Industry: An Exploratory Approach" *Hospitality Review Volume, 29(1)*, 1-23.
- Van der Gaag, C., Minderaa, R. B., & Keysers, C. (2007). "Facial expression: what the mirror neuron system can and cannot tell us " *Social Neuroscience, 2(3-4)*, 179-222.
- Wei, M., Liao, K. Y., T.Y., K., & Shaffer, P. (2011). "Attachment, self-compassion, empathy and subjective well-being among college students and community adults " *Journal of Personality, 79(1)*, 191-221.
- Wellman, H. (1990). *Children's theories of mind*. Bradford: MIT Press.
- Wheeler, D. F. (2006). *Understanding the Value of Boutique Hote*. (Master of Science in Real Estate Development), University of Colorado at Boulder.
- World Tourism Organization. (2006). International Tourism Challenged by World Economy. Retrieved from <http://www.wordtourism.org>.
- Wright, M., McMahan, C., Snell, A., & Gerhart, B. (2001). "Comparing line and HR executive perception of HR effectiveness: service, roles, and contribution" *Human Resources Management, 4(2)*, 111-123.
- Xiao, Y. (2010). *The Importance of Staff Training in the Hotel Industry, Case study: Renaissance Shanghai Yuyuan Hotel*. (Degree Program of Hotel and Restaurant Busines), Vaasan University of Applied Sciences.
- Yin, R. K. (2003). *Case study research: design and methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service*. The Free Press: New York.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (1996). *Services Marketing*. McGraw-Hill: New York.
- กัตัญญู หิรัญญูสมบุรณ์. (2557). การจัดการการบริการ กรุงเทพฯ: มปท.
- กรมการท่องเที่ยว. (2557a). มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว (เล่มที่ 1) ประเภทโรงแรม ระดับ 5 ดาว. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว.

- กรมการท่องเที่ยว. (2557b). มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว (เล่มที่ 2) ประเภทโรงแรม ระดับ 1-4 ดาว. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว
- กรรณิการ์ พันทอง. (2550). การศึกษาและพัฒนาความเห็นอกเห็นใจผู้อื่นของนักเรียนวัยรุ่น. (ปริญญา นิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2558 – 2560. กรุงเทพฯ: มปท.
- กัลยาณี เสนาสุ. (2559). "ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสุขของคนไทย". Retrieved from กาญจนา แก้วเทพ. (2557). เรื่องสื่อสาร-การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา ทวีพันธ์, & แวมยุรา คำสุข. (2558). "คุณภาพการบริการที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า ในธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย" วารสารธุรกิจปริทัศน์, 7(2), 152-167.
- กานต์ จำรูญโรจน์, & สมบัติ ศาสตร์รุ่งกัต. (2555). "การพัฒนาเครื่องมือ Jefferson Scale of Physician Empathy-Student Version (ฉบับภาษาไทย)" วารสารสมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย 57(2), 213-224.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). "เกาะติดสถานการณ์ท่องเที่ยว" *TAT Review*, 2(4), 6-12.
- กัจจา บานชื่น, & กณิกนันต์ บานชื่น. (2559). หลักการจัดการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- กิตติ เกิดเปี่ยม. (2557). โครงการธุรกิจโรงแรม *The Container Hotel Art of Materials Hotel*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เกตุวดี จังวัฒนกุล. (2557). สถิตินอนพาราเมตริก "The Mann-Whitney U Test". นิตยสาร สสวท., 42(186), 40-43.
- ขจรศักดิ์ บั้วระพันธ์. (2554). วิจัยเชิงคุณภาพไม่ยากอย่างที่คิด. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชนิษฐา เชียงแสน. (2553). การศึกษาอิทธิพลของคุณภาพบริการการให้บริการต่อความจงรักภักดีของลูกค้ากลุ่มองค์กรที่ใช้บริการ วงจรเช่าซื้อสัญญาความเร็วสูง: กรณีศึกษาบริษัท เอ จำกัด. (การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี), วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560 - 2564). กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2556). หลักการจัดซื้อ. กรุงเทพฯ: โฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด.
- จนิส ช่วยสมบูรณ์. (2556). แนวทางการพัฒนาบุคลากร: กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนจังหวัดสตูล. (การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต), มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จารุรัศมี ธนสิงห์, & วารชต์ มัชฌิมบุรุษ. (2555). แนวทางการบริหารจัดการโรงแรมบูติคกรณีศึกษา โรงแรมระรินจินดา เวลเนส สปา รีสอร์ทเชียงใหม่ พะเยาวิจัย 1 ปัญญาเพื่อความเข้มแข็งของชุมชน.
- จารุวรรณ กะวิเศษ. (2558). ธุรกิจโรงแรม. กรุงเทพฯ: แอ็ดวานซ์ อินเตอร์ พรีนติ้ง จำกัด.

- จิณห์จุฑา ชัยเสนา ดาลลาส. (2558). “ความเข้าใจที่ลึกซึ้ง: พลังเพื่อพัฒนาวิชาชีพพยาบาล” วารสารพยาบาลกระทรวงสาธารณสุข 25(2), 13-24.
- จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2555a). การโรงแรม. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2555b). ธุรกิจโรงแรม. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2556). ศิลปะการให้บริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- จินตนา บุญบังการ. (2539). การสร้างจิตสำนึกการให้บริการปรับปรุงการบริการภาครัฐ. กรุงเทพฯ: ฟอรัมพริ้นติ้ง.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, & เรณูมาศ มาอุ่น. (2553). “การประเมินประสิทธิผลด้านการบริการนักท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคเหนือของประเทศไทย” วารสารเทคโนโลยีภาคใต้, 2(1), 1-16.
- ฉันทิช วรรณถนอม. (2552). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดดา.
- ชนิดา เวงจินตรักษ์, & พรสวรรค์ รักเป็นธรรม. (2553). ผลการศึกษาการปรับปรุงการสำรวจข้อมูลธุรกิจสถานที่พักผ่อน. Retrieved from <http://www.ryt9.com/s/bot/893549>
- ชัจจ์จันต์ ธรรมจินดา. (2553). การจัดการทรัพยากรมนุษย์ แผนกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และการนำแผนฯ ไปสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: สถาบันดำรงราชานุภาพ.
- ชาย โปธิสิตา. (2556). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์ปริ้นท์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- ฐานิตา อ่วมฉิม, & มณฑา จำปาเหลือง. (2557). “การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อบรรยากาศองค์การของสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาประจวบคีรีขันธ์ เขต 1” วิชาการ *Veridian E-Journal*, 7(3), 272-284.
- ฐาปนา ฉันทไพศาล. (2559). องค์การและการจัดการ. นนทบุรี: ธนัชการพิมพ์.
- ณภัทร ทิพย์ศรี, ปวีร์สุดา มหาวงค์, & หนึ่งฤทัย บรรดิ. (2556). “คุณภาพการบริการของธุรกิจนำเที่ยวที่มีต่อความประทับใจของนักท่องเที่ยว ชาวยุโรปในจังหวัดเชียงราย” วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 8(1), 8-19.
- ณรงค์ ศรีเกรียงทอง. (2558). การพัฒนาตัวชี้วัดแรงจูงใจมุ่งผลสัมฤทธิ์ทางการจัดการแบบเรียลไทม์ของบุคลากร สายงานให้คำปรึกษาผลิตภัณฑ์ความงามในอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ดำรงค์ พิณคุณ. (2556). การตลาดสร้างสรรค์ (Vol. เรสเตอร์บู๊ค). กรุงเทพฯ: เรสเตอร์บู๊ค.
- ตรีเพ็ชร อ่าเมือง, & คณะ. (2556). คู่มือ-เทคนิคการให้บริการด้วยใจ. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ถิรรัตน์ พิมพาภรณ์, & ธีระวัฒน์ จันทิก. (2559). “ความสุขในการทำงาน: ความท้าทายของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมบริการ”. วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์, 18(2), 113-126.
- ทัศนีย์ สุริยะไชย. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักรู้ในตนเองกับความรู้สึกในวัยรุ่น. (สารนิพนธ์ หลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาพัฒนาการ), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ทิวาวัฒน์ ธนาสนะ. (2559). การพัฒนาตัวบ่งชี้ทักษะการสร้างสัมพันธ์ภาพในงานของบุคลากรรุ่นใหม่ เพื่อมุ่งกำหนดแผนปฏิบัติงานลดความขัดแย้งในองค์การทางธุรกิจที่มีความหลากหลายเชิงพหุ

- วัฒนธรรม. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ), มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2557). “แนวทางการปฏิรูปการท่องเที่ยวไทย” *TAT Tourism Journal*, 3(4), 54-59.
- เทิดศักดิ์ เดชคง. (2545). ความฉลาดทางอารมณ์ (พิมพ์ครั้งที่ 15 ed.). กรุงเทพฯ: มติชน.
- ธีร์ธีร ธีรขวัญโรจน์. (2556). การตลาดบริการ ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ธนสิทธิ์ สุขสุทธิ, กิ่งกาญจน์ พงษ์ศิริ, & ชนาสิตาห์ กาญจนนาโพธิ์โรจน์. (2555). ความคาดหวังและแนวทางการแก้ไขปัญหาของผู้ใช้บริการโรงแรมขนาดเล็ก สู่การยกระดับมาตรฐาน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ธนาชัย สุนทรอนันตชัย. (2557). สิทธิทางการศึกษากับการจัดการศึกษาแบบให้เปล่าของประเทศไทย. "วารสารวิชาการคณะนิติศาสตร์" มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ, 5(2), 52-56.
- ธัมม วรรณพิน, & วาสินี วิเศษสุทธิ. (2555). ความสุขในการทำงานของพยาบาลวิชาชีพกลุ่มพนักงานมหาวิทยาลัย. โรงพยาบาลมหาวิทยาลัยภายใต้กำกับของรัฐ. *Rama Nurs J.*, 18(1), 9-23.
- ธารีทิพย์ ทากิ. (2549). การจัดการงานส่วนหน้า. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา. (2552). การตลาดบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นพดล วาศรี. (2553). การศึกษาปัจจัยการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของไคเซ็นในองค์กรในกลุ่มของอุตสาหกรรมแหลมฉบัง. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นราธิป ศรีราม. (2550). การจัดการทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- นันทนา วงษ์อินทร์. (2543). การศึกษาการพัฒนาจิตลักษณะด้านมุ่งอนาคตและการควบคุมตนเองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร (ฝ่ายมัธยม). กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นันทนา อินสว่าง, นิภาพร ทรงประสิทธิ์, & ระชานนท์ ทวีผล. (2559). จุดเริ่มต้นแห่งความสำเร็จของ “สะพานเป็โฮสเต็ล” Paper presented at the รายงานสรุปการประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารจัดการ ครั้งที่ 8 วันที่ 2 กรกฎาคม 2559 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- น้ำเพชร อยู่สกุล. (2553). ความเป็นเลิศในการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน). (รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต. คณะรัฐประศาสนศาสตร์), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นิตยา พรวรรว. (2558). แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียน: กรณีศึกษาโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. (วิทยานิพนธ์. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว), มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- นิติพล ภูตะโชติ. (2559). การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมโรงแรม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งชาติจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- นิตา ชูโต. (2551). การวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: พรินต์โพร
- นุชรัตน์ สิริประภาวรรณ. (2551). การสร้างบริการเชิงรุก (Proactive for Service Excellence). วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ, 21(1), 1-19.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2558). ธุรกิจไมซ์ (ธุรกิจการจัดประชุมองค์การ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดงานนานาชาติ และการจัดนิทรรศการ - MICE Business). นนทบุรี: ห้างหุ้นส่วนจำกัด เฟิร์นเขาหลวง พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, & พรภัทรวดี วงศ์ปิ่นทะนัน. (2557). จิตวิทยาบริการและคุณภาพบริการ. นนทบุรี: ห้างหุ้นส่วนจำกัด เฟิร์นเขาหลวง พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- บุษรินทร์ ถาวรินทร์. (2557). “ศักยภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย: กรณีศึกษา โรงแรมบูติคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 8(9), 44-66.
- ปฐวี สุทธิยุทธ์. (2553). การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแปลนและการตกแต่งโดยรวมของ วิลล่าบูทีค รีสอร์ท. (วิทยานิพนธ์. สถาบันศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต วิทยานิพนธ์. สถาบันศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2559). ท่องเที่ยวต้นศก.บูมโค้งท้ายปี จองโรงแรม-การบินทะเลลึก-ห้างยอดฟุ้ง7เท่า ท่องเที่ยวต้นศก.บูมโค้งท้ายปี จองโรงแรม-การบินทะเลลึก-ห้างยอดฟุ้ง 7 เท่า. Retrieved from http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1482899006.
- ประศาสน์ นิยม. (2555). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ขององค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ในประเทศไทย. (ดุษฎีบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- ประสพชัย พสุนนท์, & พิทักษ์ ศิริวงศ์. (2556). “ประสิทธิภาพและคุณภาพแห่งความสำเร็จในการดำเนินการสหกรณ์การเกษตร : การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก” *Veridian E-Journal Silpakorn University*, 6(1), 610-628.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2553). การบริหารจัดการและปฏิบัติงานโรงแรม ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: เอส.อาร์.พรินต์ติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด.
- ปวีณา ศิวาลัย, & รัตพงษ์ สอนสุภาพ. (2557). “การปรับตัวของธุรกิจโรงแรมไทยเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา: โรงแรมอิมโพเรียมสวีท บาย ชาเทรียม” วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ, 4(4), 273-284.
- ปัญจวรรณ อ่อนหวาน. (2559). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ปฐติกา ปาจรฉัตร. (2557). การศึกษาสมรรถนะที่ดีของผู้บริหารโรงเรียนสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาพิจิตร เขต 1. (ปริญญาศึกษามหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปัทมา โภมบุต. (2557). เอกสารประกอบคำสอน เวชปฏิบัติการบริหารบรรเทา สำหรับแพทย์เวชปฏิบัติครอบครัว คณะแพทยศาสตร์. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- พงศธร พอกเพิ่มดี. (2557). ประชาชนสุขภาพดี เจ้าหน้าที่มีความสุข ระบบสุขภาพยั่งยืน. กรุงเทพฯ: กระทรวงสาธารณสุข.
- พรชัย เจดามาน. (2559). ปี 56 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. Retrieved from <http://www.oknation.net/blog/jedaman/2013/03/29/entry-1>.

- พรประภา ไชยอนุกุล. (2557b). คุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พริณฎา หลวงเทพ, & ประสพชัย พสุนนท์. (2557). “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี” *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 7(2), 621-638.
- โพธิ์ชันนิง. (2559). 8 เทรนด์การท่องเที่ยวในปี 2560. Retrieved from <http://positioningmag.com/1109180>
- ภวัต วรรณภิน. (2553a). การประเมินคุณภาพบริการของร้านอาหาร *True Coffee* สาขาในมหาวิทยาลัย ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภวัต วรรณภิน. (2553b). การประเมินคุณภาพบริการของร้านอาหาร *True Coffee* สาขาในมหาวิทยาลัย. กรณีศึกษาเฉพาะบุคคล. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ภัทรภร ชัยพุทธนพันธ์, & ราณี อธิชัยกุล. (2554). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจโรงแรมบูติคขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานคร วารสารการจัดการสมัยใหม่, 9(2), 70-89.
- ภัทรา ภัทรมโน. (2556). การรับรู้คุณภาพในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพัก รีสอร์ทระดับ 4 ดาวในจังหวัดชลบุรี. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภาวิน บุญเสริมวงศ์กิจ. (2558). โครงการจัดตั้งธุรกิจ บูติค เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์นีโอสตาร์เพื่อกลุ่มธุรกิจ SME. (การค้นคว้าอิสระ. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภาวินี เต็มดี. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมกลุ่ม *Boutique Hotel* ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่: วิทยาลัยศิลปะและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มณีวรรณ ฉัตรอุทัย. (2551). แนวคิดและหลักการบริหารคนเพื่อผลงาน. กรุงเทพฯ: วีเจ พรีนติ้ง.
- มธุรส เกนขุนทด, อรณรงค์ มัดเหย่, & ระชนนทร์ ทวีผล. (2559). การศึกษาศักยภาพแรงงานประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา โรงแรมบูติก เขตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. Paper presented at the รายงานสรุปการประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารจัดการ ครั้งที่ 8 วันที่ 2 กรกฎาคม 2559, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ยุพวรรณ นิงคลาภิวฒน์. (2557). “การเตรียมความพร้อมแรงงานด้านการท่องเที่ยวของไทยเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 20(2), 158-169.
- รฐา ดุริยางกูล, & ระพีพร ศรีจำปา. (2558). ทักษะคติของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ต่อการนำหลักอิทธิบาท 4 มาใช้ในการปฏิบัติงาน. Paper presented at the "การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต" วันที่ 28 เมษายน 2558.

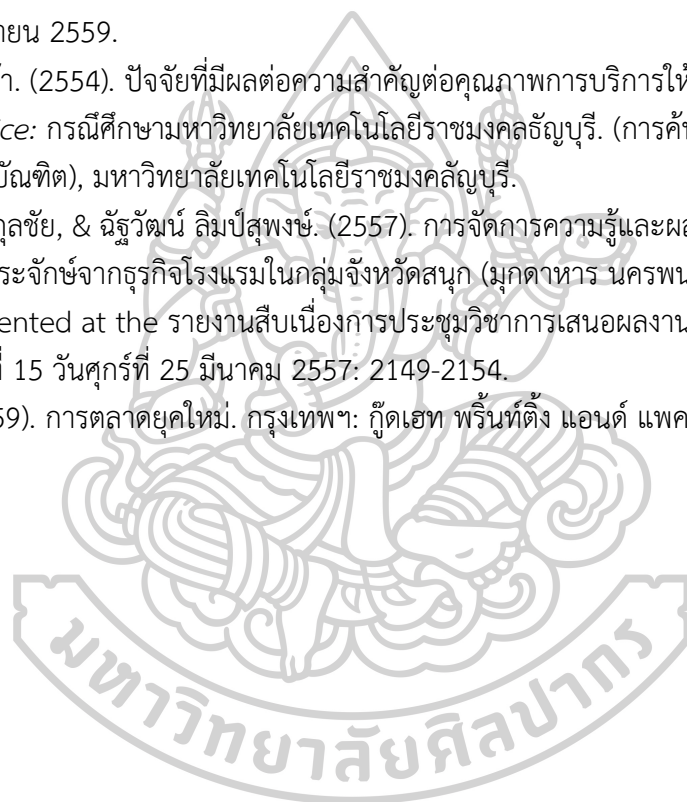
- รติรส อินทภู. (2557). “คุณภาพการบริการของศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ” วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 10(1), 59-71.
- รสสุคนธ์ แซ่เฮีย. (2556). ปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม คุณภาพบริการ ส่วนผสมทางการตลาด บริการ และคุณค่าของตราสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่ใช้บริการโรงแรมระดับห้าดาวแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ระชานนท์ ทวีผล. (2560b). "แนวความคิดดำเนินธุรกิจของบูติกโฮเทล กรณีศึกษา: บูติกโฮเทลในเขตเทศบาลนครเมืองเชียงใหม่ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่". วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 11(1), 116-132.
- ระชานนท์ ทวีผล, ชลิตรา ผลาชิต, & นริศรา บุรณ์เจริญ. (2559). “แนวทางการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างศักยภาพบุคลากรเงินเนอเรชั่นวายโรงแรมเครือข่ายระดับ 5 ในเขตกรุงเทพมหานคร” วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, 5(2), 50-62.
- ระชานนท์ ทวีผล, & อีระวัฒน์ จันทิก. (2560a). กลยุทธ์การจัดการตลาดเป้าหมายของธุรกิจที่พักในโครงการประกวดสุดยอดโรงแรมบูติกไทย. Paper presented at the การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 6. วันศุกร์ที่ 18 สิงหาคม 2560. บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน).
- ระชานนท์ ทวีผล, & อีระวัฒน์ จันทิก. (2560b). การให้บริการแบบมีอาชีพของโรงแรมบูติกในเขตอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ “วารสารวิชาการวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์”, 12(1), 1-14.
- ระชานนท์ ทวีผล, & อีระวัฒน์ จันทิก. (2561a). ความเอาใจใส่ของพนักงานโรงแรมบูติก. “วารสารวิชาการวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา”, 10(2), -.
- ระชานนท์ ทวีผล, & อีระวัฒน์ จันทิก. (2561c). แนวโน้มความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 12, 5.
- ระชานนท์ ทวีผล, & พิทักษ์ ศิริวงศ์. (2560). “กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมระดับ 5 ดาวของนักท่องเที่ยวนักศึกษาในกลุ่มชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร” วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 11(1), 104-117.
- รัฐจวน ประวัติเมือง. (2558). “แนวทางการยกระดับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ วัฒนธรรมล้านนาสู่การบริหารธุรกิจโรงแรมตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง” วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 21(1), 9-21.
- ราณี อีสัยกุล. (2551). เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพบริหารธุรกิจ นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- รุ่งนภา ด้วงทอง. (2557). ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน ตำบลเจ็ดตำบล อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี. (การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน), มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฤดี หลิมไพโรจน์. (2557). การตลาดบริการ. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- วรพันธ์ คล้ามไพบูลย์. (2557). เปลี่ยนบ้านเก่าเป็นบูติกโฮเทล เล่มที่ 1. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด การพิมพ์ ภาพพิมพ์.
- วรสุภา ชมวงศ์. (2552). คุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย: กรณีศึกษา เปรียบเทียบระหว่างโรงแรมบูติกและโรงแรมธุรกิจ. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วสันต์ กานต์วรรรัตน์. (2556). “การประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของ โรงแรมบูติก กรณีศึกษาโรงแรมเชียงใหม่ แมนชั่น” วารสารกระแสนวัตกรรม, 15(27), 3-15.
- วสันต์ กานต์วรรรัตน์. (2557). “การประเมินคุณภาพบริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรม บูติก กรณีศึกษาโรงแรมเชียงใหม่ แมนชั่น” วารสารกระแสนวัตกรรม, 15(27), 3-15.
- วสันต์ สุทธาวาส. (2559). การพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างศักยภาพความเป็นนวัตกรรมการศึกษา. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ), มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิทยา ด้านธำรง. (2547). หัวใจการบริการสู่ความสำเร็จ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- วิลาวรรณ รพีพิศาล. (2554). ความรู้พื้นฐานในการบริหารทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ: วิจิตรหัตถ์กร.
- วิลาสลักษณ์ ชวัลลสี. (2543). การพัฒนาปัญญาทางอารมณ์เพื่อความสำเร็จในการทำงาน รวมบทความ วิชาการ E.Q. . กรุงเทพฯ: เดสก์ทอป.
- วุฒิชัย ผาสุก. (2558). การพัฒนาโปรแกรมปฏิบัติการเชิงสะท้อนในการส่งเสริมศักยภาพนักขายแบบมุ่ง เป้าหมายเชิงรุกของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์. (ดุษฎีบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศรัญญา วรากุลวิทย์. (2558). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (*Tourism Industry*). กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วน จำกัดสามลดา.
- ศรัญญา วรากุลวิทย์. (2551). ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 4 ed.). กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.
- ศศิธร ชูแก้ว, สุทธิศักดิ์ สุขสำราญ, ประจักษ์ชัย รอดแจ่ม, & ณิชฎฐภัทร ทิพย์อมร. (2557). การใช้ คอมพิวเตอร์มีเดียส่งเสริมการเรียนรู้ เรื่องการประกันคุณภาพการศึกษา. วารสารวิชาการและวิจัย มทร. พระนครฉบับพิเศษ, 12-17.
- ศักดิ์ดา ปั่นแห่งเพ็ชร. (2556). เทคนิคการบริหารความขัดแย้ง. Paper presented at the เอกสาร ประกอบการบรรยายหลักสูตรเทคนิคการสื่อสารบริหารบุคคลและความขัดแย้ง รุ่นที่ 4, โรงแรม โนโวล สยามสแควร์ กรุงเทพมหานคร (22 พฤศจิกายน 2556)
- ศิริภัสสรค์ วงศ์ทองดี. (2559). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญกิตติ, & สมศักดิ์ วานิชยาภรณ์. (2545). ทฤษฎีองค์การ ฉบับมาตรฐาน. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2545). ทฤษฎีองค์การ ฉบับมาตรฐาน. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- ศุภลักษณ์ สุริยะะ. (2556). แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรมเพื่อ รองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน กรณีศึกษา: โรงแรมบูติก กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ศิลป

- ศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ. คณะการจัดการการท่องเที่ยว, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2555). ที่พักแรมรูปแบบใหม่ที่กำลังมาแรงในปัจจุบัน. Retrieved from <http://www.ksmcare.com/Article/82/27821/Boutique-Hotel>.
- ศูนย์วิจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว. (2559). เข้มทิศท่องเที่ยว มกราคม – มิถุนายน 2559. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว.
- ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยวไทย. (2560). สถานที่พักแรมและห้องพักของประเทศไทย Retrieved from <http://intelligencecenter.tat.or.th:8080/apex/?p=1:19:0>.
- สมคิด บางโม. (2555). องค์การและการจัดการ (พิมพ์ครั้งที่ 6 ed.). กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- สมวงศ์ พงศ์สภาพร. (2550). เคล็ดไม่ลับการตลาดบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 2 ed.). กรุงเทพฯ: ยูบีซี แอลบู๊คส์.
- สมหมาย ชินนาค. (2541). อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัญหาและผลกระทบต่อชุมชนด้านการผลิตซ้ำอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ผ่านพิธีกรรมความเชื่อ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่: ศูนย์สตรีศึกษา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สรชัย พิศาลบุตร. (2550). คู่มือการทำวิจัยตลาดเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (มปป.). พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2522. Retrieved from <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER3/DRAWER065/GENERAL/DATA0000/00000133.PDF>.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). รายงานสภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 6 (ตุลาคม – ธันวาคม 2559). กรุงเทพฯ: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สำนักงานเศรษฐกิจและสังคม, & สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ. 2559 (ในรอบปี 2558). กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติพยากรณ์.
- สิทธิชัย ศรีเจริญประมง. (2556a). “การบริการที่เลิศ: หนึ่งในปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจสายการบิน” วารสารวิจัย มข. มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 12(2), 44-45.
- สิทธิชัย ศรีเจริญประมง. (2556b). แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพบริการของสายการบินในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. คณะการจัดการการท่องเที่ยว), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- สิทธิพร ประวัติรุ่งเรือง, & สมยศ อวเกียรติ. (2557). เทคนิคการตัดสินใจเชิงธุรกิจ. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยธนบุรี, 8(16), 151-159.
- สุพจน์ ปงคำเพย, & สุรียา สัมจันทร์. (2558). “การยกระดับคุณภาพการให้บริการของบุคลากรแผนกโรงแรมแม่บ้าน ในธุรกิจบูติกในจังหวัดเชียงใหม่” วารสารอารยธรรมศึกษาโขง-สาละวิน, 61(1), 181-202.
- สุพัตรา สร้อยเพชร. (2553). การจัดการโรงแรม *Hotel Management*. ขอนแก่น: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- สุภัทรา สุขชู. (2547). Boutique Hotel Generation จากวันวาน ถึงวันนี้ Retrieved from <http://positioningmag.com/6621>.
- อนันต์ พันนึก. (2554). การวิจัยและพัฒนาโปรแกรมพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต), มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อนุศักดิ์ ฉั่นไพศาล. (2558). การบริหารงานและคุณภาพในองค์กร. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- อภิรักษ์ สำเหนียก. (2558). การศึกษาคุณภาพบริการโดยพิจารณาจากความคาดหวังและการรับรู้ต่อการบริการของโรงพยาบาลเอกชนชั้นนำในจังหวัดพิษณุโลกภายใต้ SERVQUAL Model. (วิทยานิพนธ์. การบริหารธุรกิจบัณฑิต. สาขาการจัดการ. คณะบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร), มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- อมรินทร์ท่องเที่ยวโลก. (2558). *Mini chic guide ฉบับ Boutique Hotels Guaranteed by Thailand Boutique Award 2014 – 2015*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นท์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- อรรถัย เลิศวรรณวิทย์, & ณิช กุสิษฐ์. (2554a). คุณภาพการให้บริการ และความภักดีด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางการแพทย์ในเขตกรุงเทพฯ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- อรรถัย เลิศวรรณวิทย์, & ณิช กุสิษฐ์. (2554b). คุณภาพการให้บริการ และความภักดีด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางการแพทย์ในเขตกรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต., บัณฑิตวิทยาลัย
- อรพร ทับสี. (2554). ผลการจัดประสบการณ์การเรียนรู้เกี่ยวกับการประกอบอาหารไทยโบราณที่มีต่อสัมพันธภาพทางสังคมของเด็กปฐมวัย. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาศึกษามหาบัณฑิต. สาขาการศึกษาปฐมวัย), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อริสรา เสยานนท์. (2558). การจัดการที่พักตากอากาศ. กรุงเทพฯ ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- อัศวพงศ์ อันทอง, & มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด. (2552). การเปลี่ยนแปลงประสิทธิภาพในการจัดการโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่. วารสารเศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์, 27(3), 1-26.
- อัศวพงศ์ อันทอง, มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด, ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์, & ธีรพล อนันต์ธนสาร. (2558). ประสิทธิภาพการดำเนินงานและการยกระดับคุณภาพของแรงงานในอุตสาหกรรมโรงแรม : รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ เชียงใหม่: สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อัจฉราพรรณ นาครักษ์. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมบูติคของนักท่องเที่ยวชาวไทย. (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว), มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- อัญชญา จุลศิริ, & เสรี ชัดเข้ม. (2557). การเพิ่มความจำเพาะคิดในผู้สูงอายุ. วารสารพยาบาลและการศึกษา, 7(1), 16-25.
- อัฐพร อารังเกียรติกุล. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังกับส่วนประสมทางการตลาดของบูติค รีสอร์ท พัทยา จังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร), มหาวิทยาลัยนเรศวร.

- อารียาลักษณ์ ตระกูลมุกทอง. (2559). “กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพบริการและ ความภักดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเทศไทย” *RMUTT Global Business and Economics Review*, 11(2), 115-128.
- อิทธิกร คำไล้, & และคณะ. (2558). เอกสารประกอบการสอนวิชา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและโรงแรม รหัสวิชา 29 2201 คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธนบุรี. กรุงเทพฯ: พี อาร์ ก๊อปปี้.
- อิทธิพล พิณีจิวิชา, สุชีรา ภัทรายุตวรรตน์, & เจริญชัย งามทิพย์วัฒนา. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบความผูกพันกับความเอาใจใส่. Paper presented at the เอกสารงานวิจัยการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 34 (1969 - 1976) วันศุกร์ที่ 28 มิถุนายน 2559.
- อุไร ดวงระหว่า. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำคัญต่อคุณภาพการบริการให้บริการ *one stop service*: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เอกชัย ศิระสกุลชัย, & ฉัฐวัฒน์ ลิ้มปัสพงษ์. (2557). การจัดการความรู้และผลการดำเนินงาน: หลักฐานเชิงประจักษ์จากธุรกิจโรงแรมในกลุ่มจังหวัดสนุก (มุกดาหาร นครพนม และสกลนคร). Paper presented at the รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15 วันศุกร์ที่ 25 มีนาคม 2557: 2149-2154.
- ไอซังจิน. (2559). การตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: กู๊ดเฮท พรินท์ติ้ง แอนด์ แพคเกจจิ้ง กรุ๊ป จำกัด.









แบบสอบถาม

เรื่อง

การพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ
เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย

คำชี้แจง:

1. แบบสอบถามชุดนี้ถูกพัฒนามาจากการสังเคราะห์ผลข้อมูลจากการประยุกต์ทฤษฎี
ฐานราก (Grounded Theory) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept. Interview) ผู้ประกอบการหรือ
ผู้จัดการทั่วไปของโรงแรมประเภทบูติก ที่มีรายชื่ออยู่ในโครงการประกวดสุดยอดโรงแรมบูติกไทย
(Thailand Boutique Awards)
2. แบบสอบถามชุดนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปสกัดองค์ประกอบหลักและ
องค์ประกอบย่อย (Confirmatory Factor Analysis)
3. แบบสอบถามชุดนี้ เพื่อนำไปวัดทักษะความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการ
โรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย
4. แบบสอบถามนี้ จะถูกเก็บไว้เป็นความลับเท่านั้น

ข้อ	ท่านเห็นด้วยหรือไม่เกี่ยวกับข้อความตามบริบทของการบริการจะนำไปสู่การสร้างองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
1.	ด้านความต้องการความรู้ (Need Knowledge)				
1.1	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาระหน้าที่ของตำแหน่งงานบริการตามฝ่ายหรือแผนกที่ได้รับมอบหมาย และวิธีการปฏิบัติงานที่ได้มาตรฐาน รวมถึงองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบริการภายในโรงแรม ได้แก่ งานครัว งานห้องห้องพัก งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม				
1.2	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของโรงแรม ข้อมูลของสินค้าและบริการตามฝ่ายหรือแผนกต่างๆ ตลอดจนมีความรู้รอบรู้ในนโยบายการบริหารงาน และกฎระเบียบข้อบังคับขององค์กร				
1.3	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมของผู้รับบริการที่มีความหลากหลายตามภูมิภาคต่างๆ ที่สามารถปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยในปัจจุบัน เช่น วัฒนธรรม ศาสนา ภาษา เป็นต้น				
1.4	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น เช่น เส้นทางคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สวนสนุก ภัตตาคาร ร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก สนามบิน ธนาคาร โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล ศูนย์ประชุม เป็นต้น				
1.5	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ทักษะภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศที่ 3 ตามกลุ่มเป้าหมายผู้รับบริการของโรงแรมแต่ละแห่ง				

ข้อ	ท่านเห็นด้วยหรือไม่เกี่ยวกับข้อความตามบริบทของการบริการจะนำไปสู่การสร้างองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
1.	ด้านความต้องการความรู้ (Need Knowledge)				
1.6	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ได้แก่ (1) กลุ่มสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) (2) อินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi-Fi Internet) (3) โปรแกรมการค้นหาข้อมูลทั่วไปอัจฉริยะ (Google Search Engine) และ (4) โปรแกรมสำเร็จการจัดการโรงแรม (Property Management System)				
2.	ด้านวิเคราะห์ตัดสินใจ (Decision Making)				
2.1	สามารถนำประสบการณ์จากการปฏิบัติงานครั้งก่อนๆ มาพัฒนาให้งานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อีกทั้งยังสามารถแก้ไขปัญหาการให้บริการแก่ผู้รับบริการแต่ละรายได้อย่างเหมาะสม เช่น ผู้รับบริการมีอาการเจ็บป่วย กระทั่งหัน ทรีพีสันของผู้รับบริการสูญหาย เกิดเหตุทะเลาะวิวาทระหว่างผู้รับบริการ เป็นต้น				
2.2	สามารถพิจารณาจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาเข้าพักภายในโรงแรมและประเภทของผู้รับบริการ เช่น กลุ่มเพื่อน กลุ่มครอบครัว คณะทำงาน เป็นต้น เพื่อจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสนับสนุนให้เหมาะสมกับจำนวนสมาชิก				
2.3	สามารถวิเคราะห์ความต้องการพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสี่ของผู้รับบริการตามสัญชาติ เช่น กลุ่มมุสลิม กลุ่มชาวจีน กลุ่มชาวยุโรป เป็นต้น เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการอำนวยความสะดวกและประสานงานไปยังฝ่ายหรือแผนกที่เกี่ยวข้องต่อไป				

ข้อ	ท่านเห็นด้วยหรือไม่เกี่ยวกับข้อความตามบริบทของการบริการจะนำไปสู่การสร้างองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบุติคของประเทศไทย	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
2.	ด้านวิเคราะห์ตัดสินใจ (Decision Making)				
2.4	การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในอาชีพและสายงานเพื่อสร้างการบริการที่เหนือความคาดหมายของผู้รับบริการ เช่น การกำหนดรายการอาหารรูปแบบใหม่ประจำวันที่แตกต่างโดยการใช้อัตถุติบห้องถิ่นหรือการประดับตกแต่งห้องพักด้วยความสวยงามสำหรับผู้เข้าพักที่เดินทางมาอันนินมุน ตลอดจนการออกแบบขั้นตอนการบริการให้มีความยืดหยุ่นภายใต้มาตรฐานของโรงแรมที่ครอบคลุมผู้รับบริการทุกกลุ่ม				
3.	ด้านความจำ (Memory)				
3.1	การจดจำหมายเลขห้องพักและรายละเอียดของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่ผู้รับบริการได้เข้าพักตามช่วงเวลาต่างๆ เพื่อความสะดวกในการติดตามผู้รับบริการเมื่อเกิดปัญหาเมื่อการบริการสิ้นสุดลง				
3.2	ชื่อ-นามสกุลของผู้รับบริการ รวมถึงตำแหน่งชั้นทางสังคมและอาชีพ ตลอดจนรูปพรรณสัณฐานที่บ่งบอกถึงลักษณะความเป็นตัวตน เพื่อนำเข้าสู่ระบบฐานข้อมูลของโรงแรม และส่งผ่านไปยังฝ่ายหรือแผนกบริการที่เกี่ยวข้อง				
3.3	พฤติกรรม การตอบสนอง ระหว่างการรับบริการ และกิริยาที่ปรากฏระหว่างการสนทนา เช่น การขยับตัว การยกมือ การแสดงสีหน้า เป็นต้น รวมถึงความถนัดในการใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของผู้รับบริการที่กระทำจนเป็นนิสัย พร้อมกับเสนอความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการทันทีเมื่อพบปัญหา				

ข้อ	ท่านเห็นด้วยหรือไม่เกี่ยวกับข้อความตามบริบทของการบริการจะนำไปสู่การรับรององค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
3.	ด้านความจำ (Memory)				
3.4	ข้อคิดเห็นหลังการรับใช้บริการจากใบแสดงความคิดเห็น (Guest Comment) รวมถึงข้อเสนอแนะจากสื่อสังคมออนไลน์ และระบบเว็บไซต์สำรองบริการออนไลน์ (OTA: Online Travel Agency) เช่น Agoda Expedia TripAdvisor Traveloka เป็นต้น เพื่อสรรหาวิธีการแก้ไขปัญหาตามข้อเรียกร้องได้อย่างเหมาะสม				
4.	ด้านทัศนคติ				
4.1	มีความศรัทธาต่อองค์กรและความเชื่อมั่นในขอบเขตหน้าที่การบริการที่ได้รับมอบหมาย ตลอดจนการปฏิบัติงานล่วงเวลา รวมถึงการตระหนักถึงการดูแลรักษาทรัพยากรและการประหยัดต้นทุนการดำเนินงานของโรงแรม				
4.2	มีจิตบริการ (Service Mind) ในการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย โดยสามารถปฏิบัติงานในฝ่ายหรือแผนกที่เกี่ยวข้องได้ (Multi Skills) เช่น พนักงานแผนกต้อนรับส่วนหน้าสามารถปูเตียงและธรรมชาติความสะอาดห้องพักได้ หรือพนักงานแผนกสำนักงานสนับสนุนสามารถบริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น				
4.3	มีเป้าหมายในการปฏิบัติงานและการดำเนินชีวิต อีกทั้งยังมีความแสวงหาแนวทางการพัฒนาทักษะอาชีพเพื่อก้าวหน้าในตำแหน่งงานในระดับสูงต่อไป				
4.4	การแสดงความซื่อสัตย์ในอาชีพและการปฏิบัติหน้าที่โดยยึดหลักจริยธรรม เช่น ไม่นินทาผู้รับบริการลับหลัง เมื่อพบเจออثرพี่ยของผู้รับบริการส่งคืนส่วนกลาง เป็นต้น				

ข้อ	ท่านเห็นด้วยหรือไม่เกี่ยวกับข้อความตามบริบทของการบริการจะนำไปสู่การสร้างองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
5.	ด้านการรับรู้ (Recognition)				
5.1	ปัญหาที่เกี่ยวกับการบริการภายในโรงแรมของแต่ละฝ่ายหรือแผนก เช่น อาหารรสชาติไม่อร่อย ห้องพักมีขนาดเล็กเกินไป ผู้รับบริการข้างห้องเสียงดังรบกวน เป็นต้น พร้อมนำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาตามความเหมาะสม				
5.2	คำชื่นชมเกี่ยวกับการบริการภายในโรงแรม เช่น การบริการของพนักงาน การรักษาความปลอดภัย เป็นต้น เพื่อนำกลับไปพัฒนาการบริการในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับบริการ				
5.3	การรับฟังคำบอกเล่าและการขอคำปรึกษาเรื่องราวส่วนบุคคลของผู้รับบริการที่ไม่เกี่ยวข้องกับการบริการภายในโรงแรม โดยพนักงานมีหน้าที่รับฟังและระมัดระวังการแสดงความคิดเห็น เช่น ค่านิยม โรคประจำตัว การวางแผนการเดินทาง เป็นต้น เนื่องจากเรื่องราวต่างๆ ไม่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการแต่อย่างใด				
5.4	หากมีข้อสงสัยผู้รับบริการจะสอบถามเกี่ยวกับสิ่งที่ไม่มีความเข้าใจหรือไม่มั่นใจเกี่ยวกับผู้รับบริการในช่วงระยะเวลาที่เหมาะสม เช่น จำนวนผู้เข้าพัก ระยะเวลาการเข้าพัก อาหารที่แพ้ เป็นต้น				
6.	ด้านการโต้ตอบอารมณ์ (Interaction)				
6.1	การไม่ซักสีหน้าและการเลือกใช้น้ำเสียงที่สุภาพอ่อนโยนแก่ผู้รับบริการทุกกรณี รวมถึงการใช้จินตนาการเปรียบเสมือนตนเองกำลังเผชิญหน้ากับปัญหาเหล่านั้น				
6.2	อธิบายเกี่ยวกับข้อจำกัดทางการบริการภายในโรงแรมให้ผู้รับบริการทราบล่วงหน้า เช่น การห้ามสูบบุหรี่ภายในห้องพัก ระยะเวลาเปิด-ปิดจุดให้บริการต่างๆ เป็นต้น รวมถึงการบรรยายรายละเอียดสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในห้องพัก				




ข้อ	ท่านเห็นด้วยหรือไม่เกี่ยวกับข้อความตามบริบทของการบริการจะนำไปสู่การสร้างองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบุติคของประเทศไทย	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
6.	ด้านการโต้ตอบอารมณ์ (Interaction)				
6.3	การประสานงานขอความช่วยเหลือจากผู้บังคับบัญชาหรือเจ้าของกิจการให้เข้ามาช่วยเจรจาต่อในกรณีที่ไม่สามารถควบคุมสถานการณ์ได้ก่อนเกิดการทะเลาะวิวาทกับผู้รับบริการ การประสานงานกับหน่วยงานภายใน ในกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉินภายในโรงแรม เช่น ไฟฟ้า ประปา ดับเพลิง โรงพยาบาล มูลนิธิ เป็นต้น				
6.4	รายงานความคืบหน้าแก่ผู้รับบริการเกี่ยวกับการดำเนินงานที่มีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เมื่อปัญหาเหล่านั้นได้รับการแก้ไขหรือมีผู้บังคับบัญชารับทราบแล้ว เพื่อให้ผู้รับบริการรู้สึกเป็นผู้ที่ต้องเสมอ				
6.5	การจัดสรรรูปแบบการบริการทดแทน เพื่อเป็นการขอภัยในกระบวนการบริการที่ไม่เหมาะสมกับผู้รับบริการทันที เช่น การมอบส่วนลด การมอบการบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกพิเศษ เป็นต้น				
7.	ด้านความเสมอภาค (Equality)				
7.1	การให้สิทธิผู้รับบริการในการเช็คอิน-เช็คเอาท์ตามความเหมาะสมเป็นรายบุคคล เช่น กรณีที่ผู้รับบริการมาก่อนเวลา หรือ กรณีที่ผู้รับบริการต้องออกเดินทางในช่วงเวลากลางคืนอย่างกะทันหัน				
7.2	การจัดลำดับการให้บริการตามระยะเวลาของผู้รับบริการก่อน-หลัง โดยไม่มีการลัดคิวหรือแซงคิวโดยเด็ดขาด ไม่ว่าจะเป็นผู้รับบริการกลุ่มใดหรือสัญชาติใดก็ตาม				



ข้อ	ท่านเห็นด้วยหรือไม่เกี่ยวกับข้อความตามบริบทของการบริการจะนำไปสู่การสร้างองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
7.	ด้านความเสมอภาค (Equality)				
7.3	การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักและจุดบริการต่างๆ ของโรงแรมให้เพียงพอต่อจำนวนผู้รับบริการทุกคน เช่น ปริมาณอาหาร อุปกรณ์กีฬาและนันทนาการ				
7.4	การชดเชยการบริการเป็นมูลค่าเงินสดตามจำนวนจริง รวมถึงการมอบสิ่งตอบแทนอื่นๆ เมื่อการบริการไม่เป็นไปตามเงื่อนไขที่ทางโรงแรมได้แจ้งเอาไว้ เช่น ภายในห้องพักชำรุดและห้องพักเต็ม ไม่สามารถเปลี่ยนได้ทดแทนได้ หรือประสานงานห้องพักไปยังโรงแรมอื่นๆ ในบริเวณใกล้เคียงหรือเทียบเท่า				
8.	ด้านการยกย่องให้เกียรติ (Commendation)				
8.1	การไม่สัมผัสร่างกายของผู้รับบริการทุกสัญชาติในทุกกรณี และการรักษาระยะห่างทางปฏิบัติหน้าที่อย่างเหมาะสมระหว่างผู้รับบริการและผู้ให้บริการ				
8.2	การยกมือไหว้สวัสดีทักทายและสนทนาเป็นภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน เป็นต้น				
8.3	การไม่เข้าไปในห้องพักและการไม่เคลื่อนย้ายสัมภาระหรือสัมภาระสิ่งของต่างๆ ของผู้รับบริการก่อนจะได้รับอนุญาต				
8.4	การจัดสรรความเรียบร้อยของห้องพักและการป้องกันความปลอดภัย โดยไม่อนุญาตให้ผู้ที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้รับบริการเข้าไปในบริเวณดังกล่าวโดยเด็ดขาด				

ข้อ	ท่านเห็นด้วยหรือไม่เกี่ยวกับข้อความตามบริบทของการบริการจะนำไปสู่การสร้างองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
8.	ด้านการยกย่องให้เกียรติ (Commendation)				
8.5	การไม่แสดงออกซึ่งท่าทางหรือกิริยาต่างๆ ที่สื่อถึงความสนิทสนมกับผู้รับบริการจนเกินไป เช่น ห้ามแหวหรือหยอกล้อผู้รับบริการ				
9	ด้านสร้างความสุข (Happiness)				
9.1	การส่งมอบบริการต้อนรับที่พิเศษตั้งแต่วินาทีแรกที่พบเจอผู้รับบริการ เช่น การบริการเครื่องดื่มต้อนรับ (Welcome Drink) การมอบพวงมาลัยแก่ผู้รับบริการ เป็นต้น				
9.2	การเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น โดยสนับสนุนให้ผู้รับบริการได้เข้าร่วมในเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้น รวมถึงการเข้าเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่สำคัญ				
9.3	การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมภายในโรงแรมแก่ผู้รับบริการ เช่น การบริการจักรยานรถมินิบัสรับ-ส่ง อุปกรณ์กีฬาทางน้ำ รถเข็นสำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุ เป็นต้น				
9.4	การมอบบริการและชุดของที่ระลึกสุดพิเศษแก่กลุ่มผู้รับบริการคนสำคัญตามโอกาส เช่น การมอบขนมเค้กในวันคล้ายวันเกิดร่วมกับการร้องเพลงอวยพร การมอบของที่ระลึกกับผู้รับบริการในวันฉลองมงคลสมรส เป็นต้น				



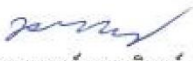




 <p>บัณฑิตวิทยาลัย ศิลปากร</p>	<p>ที่ ศบ 6806 (พบ)/343</p>		<p>บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120</p>
8 พฤษภาคม 2560			
เรื่อง ขอสัมภาษณ์			
เรียน ผู้จัดการทั่วไป โรงแรม U Inchantree Kanchanaburi			
<p>ด้วย นายระชานนท์ ทวีศร รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลัง ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนา มาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริหารแบบอาชีพ ในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"</p>			
<p>มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์กับท่าน เกี่ยวกับแนวโน้มบทบาทและคุณลักษณะของความ เอาใจใส่ของพนักงานบริการ ในช่วงระหว่างวันที่ 10 พฤษภาคม ถึงวันที่ 25 กรกฎาคม 2560 ณ โรงแรม U Inchantree Kanchanaburi เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์</p>			
<p>ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้ สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่ 088-611-6969</p>			
จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง			
ขอแสดงความนับถือ			
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา) รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี) รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย			
<p>สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย เพชรบุรี โทร.032-594-107</p>			



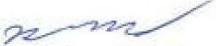
 <p>บัณฑิตวิทยาลัย ศิลปากร</p>	<p>ที่ ศธ 6806 (ทบ) 347</p>		<p>บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120</p>
8 พฤษภาคม 2560			
เรื่อง ขอสัมภาษณ์			
เรียน ผู้จัดการทั่วไป โรงแรม The Rock Hua Hin			
<p>ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาคุณวุฒิบัณฑิตสาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลัง ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบอาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"</p>			
<p>มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์กับท่าน เกี่ยวกับแนวโน้มนโยบายและคุณลักษณะของความเอาใจใส่ของพนักงานบริการ ในช่วงระหว่างวันที่ 10 พฤษภาคม ถึงวันที่ 25 กรกฎาคม 2560 ณ โรงแรม The Rock Hua Hin เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์</p>			
<p>ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่ 088-611-6969</p>			
จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง			
ขอแสดงความนับถือ			
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวดา) รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี) รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย			
<p>สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย เพชรบุรี โทร.032-594-107</p>			



 <p>บัณฑิตวิทยาลัย ศิลปากร</p>	<p>ที่ ศบ 6806 (พบ)/๖๔๔</p>		<p>บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120</p>
8 พฤษภาคม 2560			
เรื่อง ขอสัมภาษณ์			
เรียน ผู้ประกอบการ บ้านพระนนท์			
<p>ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลัง ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนา มาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบอาชีพ ในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"</p>			
<p>มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์กับท่าน เกี่ยวกับแนวโน้มนโยบายและคุณลักษณะของความ เอาใจใส่ของพนักงานบริการ ในช่วงระหว่างวันที่ 10 พฤษภาคม ถึงวันที่ 25 กรกฎาคม 2560 ณ บ้าน พระนนท์ เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์</p>			
<p>ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้ สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่ 088-611-6969</p>			
จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง			
ขอแสดงความนับถือ			
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทเวตา) รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี) รักษาราชการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย			
<p>สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย เพชรบุรี โทร.032-594-107</p>			

 <p>บัณฑิตวิทยาลัย ศิลปากร</p>	<p>ที่ ศธ 6806 (พบ)352</p>		<p>บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120</p>
<p>8 พฤษภาคม 2560</p>			
<p>เรื่อง ขอสัมภาษณ์</p>			
<p>เรียน ผู้จัดการทั่วไป โรงแรม Raya Resort Cha-Am</p>			
<p>ด้วย นายระชานนท์ ทวีศต รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาคุณวุฒิบัณฑิตสาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลัง ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริหารแบบอาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"</p>			
<p>มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์กับท่าน เกี่ยวกับแนวโน้มบทบาทและคุณลักษณะของความเอาใจใส่ของพนักงานบริการ ในช่วงระหว่างวันที่ 10 พฤษภาคม ถึงวันที่ 25 กรกฎาคม 2560 ณ โรงแรม Raya Resort Cha-Am เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์</p>			
<p>ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่ 088-611-6969</p>			
<p>จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง</p>			
<p>ขอแสดงความนับถือ</p>			
			
<p>(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา)</p>			
<p>รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)</p>			
<p>รักษาราชการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย</p>			
<p>สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย เพชรบุรี โทร.032-594-107</p>			

 <p>บัณฑิตวิทยาลัย ศิลปากร</p>	<p>ที่ ศธ 6806 (ทบ)/342</p>		<p>บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120</p>
8 พฤษภาคม 2560			
เรื่อง ขอสัมภาษณ์			
เรียน ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ Cher Resort			
<p>ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรี บัณฑิตสาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลัง ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนา มาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบอาชีพ ในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"</p>			
<p>มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์กับท่าน เกี่ยวกับแนวโน้มนโยบายและคุณลักษณะความเอา ใจใส่ของพนักงานบริการ โรงแรมประเภทบูติก ในช่วงระหว่างวันที่ 10 พฤษภาคม ถึงวันที่ 25 กรกฎาคม 2560 ณ Cher Resort เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์</p>			
<p>ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่ 088-611-6969</p>			
จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง			
ขอแสดงความนับถือ			
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา) รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี) รักษาราชการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย			
<p>สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย เพชรบุรี โทร.032-594-107</p>			

 <p>บัณฑิตวิทยาลัย ศิลปากร</p>	<p>ที่ ศธ 6806 (พบ)/๘๕</p>		<p>บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120</p>
8 พฤษภาคม 2560			
เรื่อง ขอสัมภาษณ์			
เรียน ผู้จัดการทั่วไป โรงแรม True Siam Hotel			
<p>ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรี บัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลัง ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนา มาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบอาชีพ ในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"</p>			
<p>มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์กับท่าน เกี่ยวกับแนวโน้มบทบาทและคุณลักษณะของความ เอาใจใส่ของพนักงานบริการ ในช่วงระหว่างวันที่ 10 พฤษภาคม ถึงวันที่ 25 กรกฎาคม 2560 ณ โรงแรม True Siam Hotel เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์</p>			
<p>ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้ สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่ 088-611-6969</p>			
จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง			
ขอแสดงความนับถือ			
			
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา)			
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)			
รักษาราชการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย			
<p>สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย เพชรบุรี โทร.032-594-107</p>			

 <p>บัณฑิตวิทยาลัย ศิลปากร</p>	<p>ที่ ศธ 6806 (พบ)/349</p>		<p>บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120</p>
8 พฤษภาคม 2560			
เรื่อง ขอสัมภาษณ์			
เรียน คุณวารุณี บุญหลง			
ผู้ประกอบการ โรงแรม Casa 2511			
<p>ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลัง ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนา มาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบอาชีพ ในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"</p>			
<p>มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์กับท่าน เกี่ยวกับแนวโน้มบทบาทและคุณลักษณะของความ เอาใจใส่ของพนักงานบริการ ในช่วงระหว่างวันที่ 10 พฤษภาคม ถึงวันที่ 25 กรกฎาคม 2560 ณ โรงแรม Casa 2511 จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์</p>			
<p>ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้ สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่ 088-611-6969</p>			
จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง			
ขอแสดงความนับถือ			
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรนรินทร์ เทวตา) รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี) รักษาราชการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย			
<p>สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย เพชรบุรี โทร.032-594-107</p>			

 <p>บัณฑิตวิทยาลัย ศิลปากร</p>	<p>ที่ ศร 6806 (ทบ)/348</p>		<p>บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120</p>
8 พฤษภาคม 2560			
เรื่อง ขอสัมภาษณ์			
เรียน ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ โรงแรม De-Lanna Hotel			
<p>ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลัง ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนา มาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบอาชีพ ในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"</p>			
<p>มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์กับท่าน เกี่ยวกับแนวโน้มบทบาทและคุณลักษณะของความ เอาใจใส่ของพนักงานบริการ ในช่วงระหว่างวันที่ 10 พฤษภาคม ถึงวันที่ 25 กรกฎาคม 2560 ณ โรงแรม De-Lanna Hotel จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์</p>			
<p>ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่ 088-611-6969</p>			
จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง			
ขอแสดงความนับถือ			
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวดา) รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี) รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย			
<p>สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย เพชรบุรี โทร.032-594-107</p>			



ที่ ศธ 6806 (ทบ)๖๖1



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

8 พฤษภาคม 2560

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้จัดการ โรงแรม ทันขวัญ รีสอร์ท แอนด์ สปา

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลัง ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนา มาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบอาชีพ ในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"

มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์กับท่าน เกี่ยวกับแนวโน้มบทบาทและคุณลักษณะของความ เอาใจใส่ของพนักงานบริการ ในช่วงระหว่างวันที่ 10 พฤษภาคม ถึงวันที่ 25 กรกฎาคม 2560 ณ โรงแรม ทันขวัญ รีสอร์ท แอนด์ สปา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้ สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่ 088-611-6969

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง




ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวดา)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)

รักษาราชการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032-594-107

 <p>บัณฑิตวิทยาลัย ศิลปากร</p>	<p>ที่ ศธ 6806 (พบ)/๖๔๗</p>		<p>บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120</p>
8 พฤษภาคม 2560			
เรื่อง ขอสัมภาษณ์			
เรียน ผู้ประกอบการ โรงแรม Sabai Sabai at Sukhumvit			
<p>ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรี บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลัง ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบอาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"</p>			
<p>มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์กับท่าน เกี่ยวกับแนวโน้มบทบาทและคุณลักษณะของความเอาใจใส่ของพนักงานบริการ ในช่วงระหว่างวันที่ 10 พฤษภาคม ถึงวันที่ 25 กรกฎาคม 2560 ณ โรงแรม Sabai Sabai at Sukhumvit เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์</p>			
<p>ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่ 088-611-6969</p>			
จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง			
ขอแสดงความนับถือ			
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวดา) รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี) รักษาราชการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย			
<p>สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย เพชรบุรี โทร.032-594-107</p>			



บัณฑิตวิทยาลัย

ศิลปากร

ที่ ศร 6806 (พบ)/350



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

8 พฤษภาคม 2560

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้ประกอบการ โรงแรม Gord Chiangmai

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลัง ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนา มาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบอาชีพ ในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"

มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์กับท่าน เกี่ยวกับแนวโน้มนโยบายและคุณลักษณะของความ เอาใจใส่ของพนักงานบริการ ในช่วงระหว่างวันที่ 10 พฤษภาคม ถึงวันที่ 25 กรกฎาคม 2560 ณ โรงแรม Gord Chiangmai จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้ สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่ 088-611-6969

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวดา)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)

รักษาราชการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

เพชรบุรี โทร.032-594-107



บัณฑิตวิทยาลัย

Redline

ที่ ศช 6806 (พบ)/๘๘7



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

17 พฤษภาคม 2560

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้จัดการทั่วไป โรงแรม S15 Sukhumvit

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรี บัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลัง ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนา
มาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบอาชีพ
ในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"

มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์กับท่าน ในช่วงระหว่างวันที่ 20 พฤษภาคม ถึงวันที่ 22
มิถุนายน 2560 ณ โรงแรม S15 Sukhumvit เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้
สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่ 088-611-6969

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)

รักษาราชการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032-594-107



บัณฑิตวิทยาลัย

ศิลปากร

ที่ ศธ 6806 (ทบ)/451



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

17 พฤษภาคม 2560

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน คุณดวงจิต เรืองกฤษณ์

ผู้จัดการ โครงการประกวดชุดชุดออกโรงแรมบูติกไทย

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาคุณวุฒิบัณฑิตสาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลัง ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบอาชีพ ในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"

มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์กับท่าน ในช่วงระหว่างวันที่ 20 พฤษภาคม ถึงวันที่ 22 มิถุนายน 2560 เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่ 088-611-6969

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ



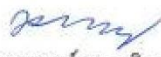
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา)



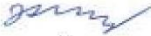
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)

รักษาราชการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

เพชรบุรี โทร.032-594-107

 <p>บัณฑิตวิทยาลัย ศิลปากร</p>	<p>ที่ ศบ 6806 (พบ)/452</p>		<p>บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา อำเภอ ฐะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120</p>
17 พฤษภาคม 2560			
เรื่อง ขอสัมภาษณ์			
เรียน คุณเจนจิต ถัดพลี			
ผู้อำนวยการสายการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวและสัมมนาการ			
<p>ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลัง ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนา มาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบอาชีพ ในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"</p>			
<p>มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์กับท่าน ในช่วงระหว่างวันที่ 20 พฤษภาคม ถึงวันที่ 22 มิถุนายน 2560 เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์</p>			
<p>ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่ 088-611-6969</p>			
จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง			
ขอแสดงความนับถือ			
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา) รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี) รักษาราชการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย			
<p>สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย เพชรบุรี โทร.032-594-107</p>			

 <p>บัณฑิตวิทยาลัย ศิลปากร</p>	<p>ที่ ศธ 6806 (พบ)/๘5๕</p>		<p>บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120</p>
17 พฤษภาคม 2560			
เรื่อง ขอสัมภาษณ์			
เรียน คุณพิทยา วรปัญญาสกุล			
รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารธุรกิจบัตรเครดิต บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)			
ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลัง ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนา มาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบอาชีพ ในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย"			
มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์กับท่าน ในช่วงระหว่างวันที่ 20 พฤษภาคม ถึงวันที่ 22 มิถุนายน 2560 เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์			
ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้ สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่ 088-611-6969			
จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง			
ขอแสดงความนับถือ			
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา) รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี) ศึกษาราชการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย			
สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย เพชรบุรี โทร.032-594-107			



บัณฑิตวิทยาลัย

ศิลปากร

ที่ ศธ 6806 (พบ)/520



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

31 พฤษภาคม 2560

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้จัดการทั่วไป โรงแรมบัดดี้โอเรียลทอล ริเวอร์ไซด์

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลัง ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนา
มาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบอาชีพ
ในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"

มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์กับท่าน ในช่วงระหว่างวันที่ 1 มิถุนายน ถึงวันที่ 15 กรกฎาคม
2560 ณ โรงแรมบัดดี้โอเรียลทอล ริเวอร์ไซด์ เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้
สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่ 088-611-6969

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง




ขอแสดงความนับถือ




(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวชา)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)

รักษาราชการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032-594-107

 <p>บัณฑิตวิทยาลัย Rajabhat</p>	<p>ที่ ศช 6806 (พบ)/552</p>		<p>บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120</p>
8 มิถุนายน 2560			
เรื่อง ขอสัมภาษณ์			
เรียน กรรมการบริหาร บ้านทะเลดาว			
<p>ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร กำลัง ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนา มาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริหารแบบอาชีพ ในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"</p>			
<p>มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์กับท่าน ในวันที่ 4 กรกฎาคม 2560 ณ สำนักงานบ้านทะเล ดาว บางนา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์</p>			
<p>ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้ สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่ 088-611-6969</p>			
จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง			
ขอแสดงความนับถือ			
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรนรินทร์ เทวตา) รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี) รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย			
<p>สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย เพชรบุรี โทร.032-594-107</p>			

 <p>บัณฑิตวิทยาลัย ศิลปากร</p>	<p>ที่ ศบ 6806 (พบ)/655</p>		<p>บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120</p>
11 กรกฎาคม 2560			
เรื่อง ขออนุญาตบุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย			
เรียน คณะบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง			
<p>ด้วย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์จะขอเรียนเชิญ อาจารย์ ดร. ปิรินทร์ ชิมโชติ บุคลากรในสังกัดหน่วยงานของท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัยให้กับ นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย" จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณาอนุญาต จักขอบพระคุณยิ่ง</p>			
ขอแสดงความนับถือ			
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา) รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี) รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย			
สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย เพชรบุรี โทร.032-594-107			



ที่ ศธ 6806 (พบ)/๒๕๖

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

11 กรกฎาคม 2560

เรื่อง ขอบเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.ประพนธ์ เล็กสุมา

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาคุณวุฒิบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนา มาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมี อารมณ์ในระบบ โรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"

มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย เพื่อ ประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดเป็น ผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรรินทร์ เทวตา)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032-594-107



บัณฑิตวิทยาลัย

ศิลปากร

ที่ ศษ 6806 (พบ)/๒๕7



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

11 กรกฎาคม 2560

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.นิโรธ เดชกานแหง

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรี บัณฑิตสาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"

มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

เพชรบุรี โทร.032-594-107

ที่ ศธ 6806 ^{คสช} 6489

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

4 กันยายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ โรงแรม De Lanna Hotel

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะ
การบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบ โรงแรมประเภทบูติก
ของประเทศไทย " มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานบริการ โรงแรม De Lanna Hotel เพื่อประกอบ
การทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน เพื่อขอความร่วมมือ
ในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

ที่ ศธ 6806 (ทศ)/6489



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

4 กันยายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้ประกอบการ โรงแรม Casa 2511

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรี บัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะ
การบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมีอาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติก
ของประเทศไทย " มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานบริการ โรงแรม Casa 2511 เพื่อประกอบการ
ทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน เพื่อขอความร่วมมือ
ในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศธ 6806 (นศ.)/ 6494

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

4 กันยายน 2560

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้จัดการทั่วไป โรงแรมกอดเชียงใหม่

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะ การบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติก ของประเทศไทย " มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานบริการ โรงแรมกอดเชียงใหม่ เพื่อประกอบการ ทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน เพื่อขอความร่วมมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

ที่ ศบ 6806 (พฐ) 6486



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

4 กันยายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ โรงแรม U Inchantree Kanchanaburi

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะ
การบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติก
ของประเทศไทย " มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานบริการ โรงแรม U Inchantree Kanchanaburi
เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน เพื่อขอความร่วมมือ
ในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศธ 6806 (สช) / 6885
 สก

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร
 พระราชวังสนามจันทร์
 อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

4 กันยายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ Buddy Oriental Riverside

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะ การบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมีอาชีพในระบบ โรงแรมประเภทบูติก ของประเทศไทย " มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานบริการ โรงแรม Buddy Oriental Riverside เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน เพื่อขอความร่วมมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ


 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยศ ไพบูลย์ศิริธรรม)
 รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
 รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
 นครปฐม โทร.034-218790

ที่ ศธ 6806 (สค) 6484
คท

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

4 กันยายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้จัดการทั่วไปกับขวัญริสอร์ทแอนด์สปา

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะ
การบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมีอาชีพในระบบ โรงแรมประเภทบูติก
ของประเทศไทย " มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานบริการที่ขวัญริสอร์ทแอนด์สปา เพื่อ
ประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน เพื่อขอความร่วมมือ
ในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

ที่ ศธ 6806 (ศษ) / 6483



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

4 กันยายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน กรรมการผู้จัดการบ้านทะเลดาวหัวหินรีสอร์ท

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะ
การบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับบริการแบบมีอาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติก
ของประเทศไทย " มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานบริการบ้านทะเลดาวหัวหินรีสอร์ท เพื่อ
ประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน เพื่อขอความร่วมมือ
ในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

ที่ ศธ 680(พช)/6482



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

4 กันยายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ The Rock Hua Hin

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย " มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานบริการ The Rock Hua Hin เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

ที่ ศร 6806(พจ)/6481



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

4 กันยายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ Cher Resort

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะ
การบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมีอาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติก
ของประเทศไทย " มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานบริการ Cher Resort เพื่อประกอบการทำ
วิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน เพื่อขอความร่วมมือ
ในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

ที่ ศธ 6806(ขช)/6480



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

4 กันยายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

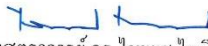
เรียน ผู้จัดการทั่วไป Raya Resort Cha-am

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะ
การบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติก
ของประเทศไทย " มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานบริการ Raya Resort Cha-am เพื่อประกอบการ
ทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน เพื่อขอความร่วมมือ
ในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพชยศ ไพวิทยศิริธรรม)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

ที่ ศธ 6806(ทศ)/6149



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

4 กันยายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้จัดการทั่วไปบ้านพระนนท์

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะ
การบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมีอาชีพในระบบ โรงแรมประเภทบูติก
ของประเทศไทย " มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานบริการบ้านพระนนท์ เพื่อประกอบการทำ
วิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน เพื่อขอความร่วมมือ
ในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

ที่ ศธ 6806(ค) 6448



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

4 กันยายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ โรงแรม S15 Sukhumvit Hotel

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะ การบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมีอาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติก ของประเทศไทย " มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานบริการ โรงแรม S15 Sukhumvit Hotel เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน เพื่อขอความร่วมมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศบ 6806 (นค) 6444

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

4 กันยายน 2560

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้จัดการทั่วไป True Siam Hotel Bangkok

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะ การบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติก ของประเทศไทย " มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานบริการ โรงแรม True Siam Hotel Bangkok เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน เพื่อขอความร่วมมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

ที่ ศธ 6806(ทล)/6476
ศ



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

4 กันยายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน คุณบุญศิริ ตรีภูมิตถ์ศิริ

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะ
การบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมีอาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติก
ของประเทศไทย " มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานบริการ โรงแรมสบาย สบายแอดสุภูมิวิท
เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน เพื่อขอความร่วมมือ
ในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

โทร.034-218790

ที่ ศธ 6806(สูง)/6420

วันที่ 13 กันยายน 2560

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมสนทนากลุ่ม

เรียน อาจารย์นิธิกร ม่วงศรีเขียว

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแก่มืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย " มีความประสงค์ ขอเชิญ ท่าน เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ในวันพุธที่ 20 กันยายน 2560 ณ รอยัลริเวอร์ แควรีสอร์ทแอนด์สปา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดเข้าร่วมสนทนากลุ่มตามวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ที่ ศธ 6806 (ทศ)/6469

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

4 กันยายน 2560

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมสนทนากลุ่ม


เรียน คณบดีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย " มีความประสงค์ ขอเชิญ อาจารย์ณรงค์ กำแพงเพชร เข้าร่วมสนทนากลุ่ม วันพุธที่ 20 กันยายน 2560 ณ โรงแรมรอยัลริเวอร์แควรีสอร์ทแอนดส์สปา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดเข้าร่วมสนทนากลุ่มตามวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศธ 6806 (๐๖๕) 6493

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

4 กันยายน 2560

เรื่อง ขอลงนามเข้าร่วมสนทนากลุ่ม


เรียน คุณณัฐจิต สีนาคโยธารักษ์

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะการ
บริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติก
ของประเทศไทย " มีความประสงค์ ขอลงนาม เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ในวันที่ 19-20 กันยายน 2560 ณ รอยัลริเวอร์
แคว รีสอร์ท แอนด์สปา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดเข้าร่วมสนทนากลุ่ม
ตามวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไพบูลย์ศิริธรรม)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศธ 6806 (นร) 6491

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

4 กันยายน 2560

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมสนทนากลุ่ม

เรียน คุณณรงค์ฤทธิ์ เพ็ญระย้า

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะการ
บริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมีอาชีพในระบบ โรงแรมประเภทบูติก
ของประเทศไทย " มีความประสงค์ ขอเชิญ ท่าน เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ในวันที่ 19-20 กันยายน 2560 ณ รอยัลริเวอร์
แคว รีสอร์ท แอนด์สปา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดเข้าร่วมสนทนากลุ่ม
ตามวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไผ่วิชศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศธ 6806 *05/6492*

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

4 กันยายน 2560

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมสนทนากลุ่ม

เรียน คุณบูรณาการ จตุพรไพศาล

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับบริการแบบมีอาชีพในระบบ โรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย " มีความประสงค์ ขอเชิญ ท่าน เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ในวันที่ 19-20 กันยายน 2560 ณ รอยัลริเวอร์ แควรี รีสอร์ท แอนด์ สปา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดเข้าร่วมสนทนากลุ่มตามวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศธ 6806 (น.) 6494

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

4 กันยายน 2560

เรื่อง ขออนุญาตเข้าร่วมสนทนากลุ่ม

เรียน คุณธรรมณี สีนาคโยธารักษ์

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะการ
บริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมีอาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติก
ของประเทศไทย " มีความประสงค์ ขออนุญาต ท่าน เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ในวันที่ 19-20 กันยายน 2560 ณ รอยัลรีเวอร์
แควรี รีสอร์ท แอนด์ สปา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดเข้าร่วมสนทนากลุ่ม
ตามวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศธ 6806(สง)/6563
๘๙

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

9 กันยายน 2560

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมสนทนากลุ่ม

เรียน คุณสิริวิรินทร์ บรรจง

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะการ
บริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติก
ของประเทศไทย " มีความประสงค์ ขอเชิญ ท่าน เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ในวันที่ 20 กันยายน 2560 เวลา 10.00 น.
เป็นต้นไป ณ รอยัล ริเวอร์แคว รีสอร์ท แอนด์ สปา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดเข้าร่วมสนทนากลุ่ม
ตามวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศธ 6806 (งค) / 6495

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

4 กันยายน 2560

เรื่อง ขออนุญาตเข้าร่วมสนทนากลุ่ม

เรียน คุณมลัย สังข์บุญโญ

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริหารแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย " มีความประสงค์ ขออนุญาต ท่าน เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ในวันที่ 19-20 กันยายน 2560 ณ รอยัลรีเวอร์ แควรี รีสอร์ท แอนด์ สปา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดเข้าร่วมสนทนากลุ่ม ตามวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศธ 6806(พฐ) 6490

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

4 กันยายน 2560

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมสนทนากลุ่ม

เรียน คุณทรงวุฒิ สีลแดนจันทร์

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะการ
บริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริหารแบบมีอาชีพในระบบ โรงแรมประเภทบูติก
ของประเทศไทย " มีความประสงค์ ขอเชิญ ท่าน เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ในวันที่ 19-20 กันยายน 2560 ณ รอยัลรีเวอร์
แควรี รีสอร์ท แอนด์ สปา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดเข้าร่วมสนทนากลุ่ม
ตามวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศธ 6806 (สศ) 6754

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

14 กันยายน 2560

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมสนทนากลุ่ม

เรียน Mr.David Gooi

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะการ
บริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมีอาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติก
ของประเทศไทย " มีความประสงค์ ขอเชิญ ท่าน เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ในวันที่ 20 กันยายน 2560 ณ รอยัลริเวอร์
แควรีสปอร์ตแอนด์สปา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดเข้าร่วมสนทนากลุ่ม
ตามวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณีฐกุล สุวรรณกุลสง)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายศิลปะและการออกแบบ
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศบ 6806 (นร)/๒๕๖๕

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

14 กันยายน 2560

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมสนทนากลุ่ม

เรียน คุณภาณุวัฒน์ ศิลแคนจันทร์

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะการ
บริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบ โรงแรมประเภทบูติก
ของประเทศไทย " มีความประสงค์ ขอเชิญ ท่าน เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ในวันที่ 20 กันยายน 2560 ณ รอยัลริเวอร์
แควีรีสอร์ทแอนด์สปา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดเข้าร่วมสนทนากลุ่ม
ตามวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณีฐกุล สุวรรณกุลสง)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายศิลปะและการออกแบบ

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

ที่ ศธ 6806/ 459 1



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร
22 ถนนบรมราชชนนี คลองจั่น
กรุงเทพฯ 10170

5 ตุลาคม 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน คุณณรงค์ฤทธิ์ เพ็ญระย้า

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร กำลังทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมีอาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริการ ยู อินจันทรี กาญจนบุรี จำนวน 2 ราย โดยการเข้าร่วมทดสอบคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ระหว่างวันที่ 23 ตุลาคม – 1 พฤศจิกายน 2560, 14-30 พฤศจิกายน 2560 และ 4-7 ธันวาคม 2560 ณ รอยัล จิวเวลรี่แคว รีสอร์ท แอนด์ สปา เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และหากท่านประสงค์จะขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้ นายระชานนท์ ทวีผล หมายเลขโทรศัพท์ 088-611-6969 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธารทัศนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย คลองจั่น

โทรศัพท์ 0-2849-7502

โทรสาร 0-2849-7503

ปณิธานบัณฑิตวิทยาลัย "มุ่งส่งเสริม สนับสนุน เพื่อพัฒนาคุณภาพบัณฑิตศึกษา"

ที่ ศธ 6806/๒59๐



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี คลองจั่น
กรุงเทพฯ 10170

๕ ตุลาคม 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน คุณทรงวุฒิ ศิลแดงจันทร์

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง "การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทยูทิลิตี้ของประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริการ รอยัล ริเวอร์แคว รีสอร์ท แอนด์ สปา จำนวน 2 ราย โดยการเข้าร่วมทดสอบคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทยูทิลิตี้ของประเทศไทย ระหว่างวันที่ 23 ตุลาคม - 1 พฤศจิกายน 2560, 14-30 พฤศจิกายน 2560 และ 4-7 ธันวาคม 2560 ณ รอยัล ริเวอร์แคว รีสอร์ท แอนด์ สปา เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และหากท่านประสงค์จะขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้ นายระชานนท์ ทวีผล หมายเลขโทรศัพท์ 088-611-6969 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธารทัตตวงค์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย คลองจั่น

โทรศัพท์ 0-2849-7502

โทรสาร 0-2849-7503

ปณิธานบัณฑิตวิทยาลัย "มุ่งส่งเสริม สนับสนุน เพื่อพัฒนาคุณภาพบัณฑิตศึกษา"

ที่ ศธ 6806/ ๖๕๘๙



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร
22 ถนนบรมราชชนนี ดลิ่งชั้น
กรุงเทพฯ 10170

5 ตุลาคม 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน คุณบูรณาการ จตุพรไพศาล

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร กำลังทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคล ที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย” มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริการ เดอะเจอรีย์ เข้าส์ จำนวน 2 ราย โดยการเข้าร่วมทดสอบคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย ระหว่างวันที่ 23 ตุลาคม – 1 พฤศจิกายน 2560, 14-30 พฤศจิกายน 2560 และ 4-7 ธันวาคม 2560 ณ รอยัล ริเวอร์ แคว รีสอร์ท แอนด์ สปา เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และหากท่านประสงค์จะขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้ นายระชานนท์ ทวีผล หมายเลขโทรศัพท์ 088-611-6969 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารัทธนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ดลิ่งชั้น

โทรศัพท์ 0-2849-7502

โทรสาร 0-2849-7503

ปณิธานบัณฑิตวิทยาลัย “มุ่งส่งเสริม สนับสนุน เพื่อพัฒนาคุณภาพบัณฑิตศึกษา”

ที่ ศธ 6806/ ๒5๕๔



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี ดลิ่งชัน
กรุงเทพฯ 10170

๕ ตุลาคม 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน คุณภาณุวัฒน์ ศิลแดนจันทร์

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคล ที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริการ มาหา วิสอร์ท จำนวน 2 ราย โดยการเข้าร่วมทดสอบคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการ ที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย ระหว่างวันที่ 23 ตุลาคม – 1 พฤศจิกายน 2560, 14-30 พฤศจิกายน 2560 และ 4-7 ธันวาคม 2560 ณ รอยัล ริเวอร์ แคว วิสอร์ท แอนด์ สปา เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และหากท่านประสงค์จะขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้ นายระชานนท์ ทวีผล หมายเลขโทรศัพท์ 088-611-6969 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธารัตตวงค์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ดลิ่งชัน

โทรศัพท์ 0-2849-7502

โทรสาร 0-2849-7503

ปณิธานบัณฑิตวิทยาลัย "มุ่งส่งเสริม สนับสนุน เพื่อพัฒนาคุณภาพบัณฑิตศึกษา"

ที่ ศธ 6806/ ๒5๖๕



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี คลองจั่น
กรุงเทพฯ 10170

๕ ตุลาคม 2560

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน คุณมาลัย สังข์บุญไทย

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง "การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมีอาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริการ แบบบู เฮาส์ รีสอร์ท จำนวน 2 ราย โดยการเข้าร่วมทดสอบคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ระหว่างวันที่ 23 ตุลาคม - 1 พฤศจิกายน 2560, 14-30 พฤศจิกายน 2560 และ 4-7 ธันวาคม 2560 ณ รอยัล ริเวอร์แคว รีสอร์ท แอนด์ สปา เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในกรณี บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และหากท่านประสงค์จะขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้ นายระชานนท์ ทวีผล หมายเลขโทรศัพท์ 088-611-6969 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ อารัตินวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย คลองจั่น

โทรศัพท์ 0-2849-7502

โทรสาร 0-2849-7503

ปณิธานบัณฑิตวิทยาลัย "มุ่งส่งเสริม สนับสนุน เพื่อพัฒนาคุณภาพบัณฑิตศึกษา"

ที่ ศษ 6806/4993



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร
22 ถนนบรมราชชนนี คลองจันทน์
กรุงเทพฯ 10170

5 ตุลาคม 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน คุณธรรณี สีนาคโธธารักษ์

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร กำลังทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง "การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคล ที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริการ โรงแรม รีสอร์ท จำนวน 2 ราย โดยการเข้าร่วมทดสอบคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการ ที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ระหว่างวันที่ 23 ตุลาคม - 1 พฤศจิกายน 2560, 14-30 พฤศจิกายน 2560 และ 4-7 ธันวาคม 2560 ณ รอยัล ริเวอร์แคว รีสอร์ท แอนด์ สปา เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในกรณี บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์ แก่ นักศึกษาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และหากท่านประสงค์จะ ขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้ นายระชานนท์ ทวีผล หมายเลขโทรศัพท์ 088-611-6969 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธารทัตตวงค์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย คลองจันทน์

โทรศัพท์ 0-2849-7502

โทรสาร 0-2849-7503

ปณิธานบัณฑิตวิทยาลัย "มุ่งส่งเสริม สนับสนุน เพื่อพัฒนาคุณภาพบัณฑิตศึกษา"

ที่ ศธ 6806/๒5๖๒



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี ดลิ่งชั้น
กรุงเทพฯ 10170

๖ ตุลาคม 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล


เรียน คุณสิริวรินทร์ บรรจง

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง " การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคล ที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทยูติคของประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริการ ภูเก็ต เลค รีสอร์ท จำนวน 2 ราย โดยการเข้าร่วมทดสอบคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการ ที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทยูติคของประเทศไทย ระหว่างวันที่ 23 ตุลาคม – 1 พฤศจิกายน 2560, 14-30 พฤศจิกายน 2560 และ 4-7 ธันวาคม 2560 ณ รอยัล ริเวอร์แคว รีสอร์ท แอนด์ สปา เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในกรณี บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และหากท่านประสงค์จะขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้ นายระชานนท์ ทวีผล หมายเลขโทรศัพท์ 088-611-6969 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ


(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธวาทัดวงศ์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ดลิ่งชั้น

โทรศัพท์ 0-2849-7502

โทรสาร 0-2849-7503

ปณิธานบัณฑิตวิทยาลัย "มุ่งส่งเสริม สนับสนุน เพื่อพัฒนาคุณภาพบัณฑิตศึกษา"

ที่ ศธ 6806 (พป)/๒๑๗



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

4 ธันวาคม 2560

เรื่อง ขอตกลงเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณวไลินดา สมสมัย

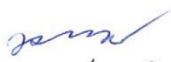
ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"

มีความประสงค์ จะขอตกลงเครื่องมือวิจัยกับท่าน ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน ถึงวันที่ 15 ธันวาคม 2560 ณ รอยัลริเวอร์แควรี รีสอร์ท แอนด์ สปา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้นักศึกษาดังกล่าวได้ทดลองเครื่องมือวิจัยด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่เบอร์ 088-611-6969

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032-594-107



ที่ ศบ 6806 (พบ)/๒๕๕

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

4 ธันวาคม 2560

เรื่อง ขอตกลงเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณปัทมา สมออน

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมีอาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"

มีความประสงค์ จะขอตกลงเครื่องมือวิจัยกับท่าน ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน ถึงวันที่ 15 ธันวาคม 2560 ณ รอยัลริเวอร์แควรีสปอร์ต แอนด์ สปา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้นักศึกษาดังกล่าวได้ทดลองเครื่องมือวิจัยด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่เบอร์ 088-611-6969

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032-594-107



ที่ ศธ 6806 (พบ)/๖๖๑

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

4 ธันวาคม 2560

เรื่อง ขอตกลงเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณจิตติมา เอี่ยมช้อย

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย"

มีความประสงค์ จะขอตกลงเครื่องมือวิจัยกับท่าน ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน ถึงวันที่ 15 ธันวาคม 2560 ณ รอยัลริเวอร์แควรีสปอร์ต แอนด์ สปา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้นักศึกษาดังกล่าวได้ทดลองเครื่องมือวิจัยด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่เบอร์ 088-611-6969

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032-594-107



ที่ ศบ 6806 (พบ)/๒๑๐

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

4 ธันวาคม 2560

เรื่อง ขอตกลงเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณวัลย์รัตน์ ผ่องชินวงศ์

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมีอาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"

มีความประสงค์ จะขอตกลงเครื่องมือวิจัยกับท่าน ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน ถึงวันที่ 15 ธันวาคม 2560 ณ รอยัลริเวอร์แควรีสปอร์ต แอนด์ สปา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้นักศึกษาดังกล่าวได้ทดลองเครื่องมือวิจัยด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่เบอร์ 088-611-6969

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

เพชรบุรี โทร.032-594-107

ที่ ศบ 6806 (พบ)/691



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

4 ธันวาคม 2560

เรื่อง ขอตกลงเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณอิทธิพันธ์ สวัสดิ์สุข

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"

มีความประสงค์ จะขอตกลงเครื่องมือวิจัยกับท่าน ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน ถึงวันที่ 15 ธันวาคม 2560 ณ รอยัลริเวอร์แควรีสปอร์ต แอนด์ สปา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้นักศึกษาดังกล่าวได้ทดลองเครื่องมือวิจัยด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่เบอร์ 088-611-6969

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

เพชรบุรี โทร.032-594-107

ที่ ศธ 6806 (พบ)/๒๑



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

4 ธันวาคม 2560

เรื่อง ขอตกลงเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณภรณ์ เทวชู

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"

มีความประสงค์ จะขอตกลงเครื่องมือวิจัยกับท่าน ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน ถึงวันที่ 15 ธันวาคม 2560 ณ รอยัลเวสต์แควีรีสอร์ท แอนด์ สปา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้นักศึกษาดังกล่าวได้ทดลองเครื่องมือวิจัยด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่เบอร์ 088-611-6969

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวชู)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032-594-107

ที่ ศบ 6806 (พบ)/๕๙3



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

4 ธันวาคม 2560

เรื่อง ขอตกลงเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณสุกัญญา วริวงษ์

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"

มีความประสงค์ จะขอตกลงเครื่องมือวิจัยกับท่าน ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน ถึงวันที่ 15 ธันวาคม 2560 ณ รอยัลริเวอร์แควรีสปอร์ต แอนด์ สปา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้นักศึกษาดังกล่าวได้ทดลองเครื่องมือวิจัยด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่เบอร์ 088-611-6969

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032-594-107

ที่ ศธ 6806 (พบ)/694



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

4 ธันวาคม 2560

เรื่อง ขอลดลงเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณอุทัย จันทะมาส

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"

มีความประสงค์ จะขอลดลงเครื่องมือวิจัยกับท่าน ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน ถึงวันที่ 15 ธันวาคม 2560 ณ รอยัลริเวอร์แควรีสปอร์ต แอนด์ สปา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้นักศึกษาดังกล่าวได้ทดลองเครื่องมือวิจัยด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่เบอร์ 088-611-6969

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032-594-107

ที่ ศธ 6806 (พป)/๒๕



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

4 ธันวาคม 2560

เรื่อง ขอตกลงเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณสุทธิณี เจริญपालะ

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมีอาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"

มีความประสงค์ จะขอตกลงเครื่องมือวิจัยกับท่าน ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน ถึงวันที่ 15 ธันวาคม 2560 ณ รอยัลริเวอร์แควรีสอร์ท แอนด์ สปา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้นักศึกษาดังกล่าวได้ทดลองเครื่องมือวิจัยด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่เบอร์ 088-611-6969

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทเวตา)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

เพชรบุรี โทร.032-594-107



ที่ ศธ 6806 (พป)/๒๙๖

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

4 ธันวาคม 2560

เรื่อง ขอตกลงเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณตะวัน บุญรอด

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย"

มีความประสงค์ จะขอตกลงเครื่องมือวิจัยกับท่าน ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน ถึงวันที่ 15 ธันวาคม 2560 ณ รอยัลริเวอร์แควรีสปอร์ต แอนด์ สปา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้นักศึกษาดังกล่าวได้ทดลองเครื่องมือวิจัยด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่เบอร์ 088-611-6969

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032-594-107



ที่ ศธ 6806 (พบ)/๒๙๗

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

4 ธันวาคม 2560

เรื่อง ขอตกลงเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณไพฑูริ สุขสมกิจ

ด้วย นายระชานนท์ ทวีผล รหัสประจำตัว 57604814 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนามาตรฐานทักษะการบริหารงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการแบบมืออาชีพในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย"

มีความประสงค์ จะขอตกลงเครื่องมือวิจัยกับท่าน ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน ถึงวันที่ 15 ธันวาคม 2560 ณ รอยัลริเวอร์แควรีสอร์ท แอนด์ สปา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้นักศึกษาดังกล่าวได้ทดลองเครื่องมือวิจัยด้วย ทั้งนี้สามารถติดต่อนักศึกษาโดยตรงได้ที่เบอร์ 088-611-6969

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (เพชรบุรี)

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032-594-107



รายชื่อผู้เข้าร่วมโครงการทดสอบ
 คู่มือมาตรฐานการให้บริการส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศ
 ในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย
 วันที่ 7 - 8 พฤศจิกายน 2560
 ณ รอยัล จิวเวลรี่ แคว รีสอร์ท แอนด์ สปา

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	ลายมือชื่อ
	กฤษกร ปภุช	โรงแรมเฮลันท์ รีสอร์ท	๐๙๘-๙๘๐๗๖๕๘	กฤษกร
	อุทัย สิงคหะมาศ	แมนูเฮาส์	๐๙๕-๕๑๗๒๔๙๐	อุทัย
	ชัทธก ลิมชอน	ยูนิเจนรี่ แมนูเฮาส์	๐๘๕-๗๗๕๖๓๐๘	ชัทธก
	ศุภรัตน์ วัฒนวิทย์	ไฮโปริ่ง รีสอร์ท	๐๘๑-๙๒๗๒๓๓๕	ศุภรัตน์
	ตะวัน ขจรอด	โกลเด้น วิลล่า	๐๖-๔๘๔๖๒๓๓๔	ตะวัน
	นลินิตา สมนัดดี	โรงแรมคิงดอมไฮแลนด์	๐๘๐-๖๕๖๙๐๗๖	นลินิตา
	สุกัญญา ศรีวงษ์	โรงแรมภูพาน รีสอร์ท	๐๘๕-๔๔๗๕๕๑๐	สุกัญญา
	อิทธิพันธ์ ตรีสุนทร	อภิวารี รีสอร์ท	๐๙๒-๒๕๙๕๘๘๗	อิทธิพันธ์
	จิตตภา โขนิรัตน์	โรงแรมเดอะไนน์ไฮแลนด์	๐๘๑๘๑๒๑๘๘	จิตตภา
	วลัยรัตน์ พิชญะนิกร	อู่โพธิ์ทะเลแพะไฮแลนด์	๐๙๖-๓๒๐๖๓๑๖	วลัยรัตน์
	ไพฑูริย์ ศรีรุ่งเรือง	รอยัล จิวเวลรี่ แคว รีสอร์ท	๐๘๐-๖๕๑๗๘๙๘	ไพฑูริย์



ใบยินยอมเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

การวิจัยเรื่อง: มาตรฐานการให้บริการส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

วันที่ให้คำยินยอม วันที่ 7 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2560

1. ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมให้ทำการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายจากผู้วิจัยถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัย และมีความเข้าใจแล้ว
2. ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยด้วยความเต็มใจ ไม่ปิดบังซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ
3. ข้าพเจ้ามีสิทธิ์ที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ และเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้โดยสมัครใจ และการบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลต่อคะแนนหรือเกรดของงานวิจัยครั้งนี้ ที่จะพึงได้รับต่อไป
4. ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุปผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของตัวข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้าแล้วจะกระทำได้เฉพาะกรณีจำเป็นด้วยเหตุผลทางวิชาการเท่านั้น
5. ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้ว และมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม.....*ภควิวัฒน์ มณี*.....ผู้ยินยอม
(*ภควิวัฒน์ มณี*)

ลงนาม.....พยาน
(.....)

ลงนาม.....ผู้ทำวิจัย
(.....)



ใบยินยอมเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

การวิจัยเรื่อง: มาตรฐานการให้บริการส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย

วันที่ให้คำยินยอม วันที่ 7 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2560

1. ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมให้ทำการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายจากผู้วิจัยถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัย และมีความเข้าใจดีแล้ว
2. ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยด้วยความเต็มใจ ไม่ปิดบังซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ
3. ข้าพเจ้ามีสิทธิ์ที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ และเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้โดยสมัครใจ และการบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลต่อคะแนนหรือเกรดของงานวิจัยครั้งนี้ ที่จะพึงได้รับต่อไป
4. ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุปผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของตัวข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้าแล้วจะกระทำได้เฉพาะกรณีจำเป็นด้วยเหตุผลทางวิชาการเท่านั้น
5. ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้ว และมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม.....ผู้ทำวิจัย.....ผู้ยินยอม
 (.....ผู้ทำวิจัย.....ผู้ทำวิจัย.....)

ลงนาม.....พยาน
 (.....)

ลงนาม.....ผู้ทำวิจัย
 (.....)



ใบยินยอมเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

การวิจัยเรื่อง: มาตรฐานการให้บริการส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย

วันที่ให้คำยินยอม วันที่ 7 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2560

1. ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมให้ทำการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายจากผู้วิจัยถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัย และมีความเข้าใจดีแล้ว
2. ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยด้วยความเต็มใจ ไม่ปิดบังซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ
3. ข้าพเจ้ามีสิทธิ์ที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ และเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้โดยสมัครใจ และการบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลต่อคะแนนหรือเกรดของงานวิจัยครั้งนี้ ที่จะพึงได้รับต่อไป
4. ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุปผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของตัวข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้าแล้วจะกระทำได้เฉพาะกรณีจำเป็นด้วยเหตุผลทางวิชาการเท่านั้น
5. ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้ว และมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม..... โทม ร่ม๐๐๐๔ผู้ยินยอม
(.....แถวราว โทม ร่ม๐๐๐๔.....)

ลงนาม..... พยาน
(.....)

ลงนาม..... ผู้ทำวิจัย
(.....)



ใบยินยอมเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

การวิจัยเรื่อง: มาตรฐานการให้บริการส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย

วันที่ให้คำยินยอม วันที่ 7 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2560

1. ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมให้ทำการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายจากผู้วิจัยถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัย และมีความเข้าใจดีแล้ว
2. ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยด้วยความเต็มใจ ไม่ปิดบังซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ
3. ข้าพเจ้ามีสิทธิ์ที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ และเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้โดยสมัครใจ และการบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลต่อคะแนนหรือเกรดของงานวิจัยครั้งนี้ ที่จะพึงได้รับต่อไป
4. ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุปผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของตัวข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้าแล้วจะกระทำได้เฉพาะกรณีจำเป็นด้วยเหตุผลทางวิชาการเท่านั้น
5. ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้ว และมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม.....ผู้ยินยอม
(.....)

ลงนาม.....พยาน
(.....)

ลงนาม.....ผู้ทำวิจัย
(.....)



ใบยินยอมเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

การวิจัยเรื่อง: มาตรฐานการให้บริการส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย

วันที่ให้คำยินยอม วันที่ 7 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2560

1. ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมให้ทำการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายจากผู้วิจัยถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัย และมีความเข้าใจดีแล้ว
2. ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยด้วยความเต็มใจ ไม่ปิดบังซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ
3. ข้าพเจ้ามีสิทธิ์ที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ และเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้โดยสมัครใจ และการบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลต่อคะแนนหรือเกรดของงานวิจัยครั้งนี้ ที่จะพึงได้รับต่อไป
4. ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุปผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของตัวข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้าแล้วจะกระทำได้เฉพาะกรณีจำเป็นด้วยเหตุผลทางวิชาการเท่านั้น
5. ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้ว และมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม.....พชริน บุณรอน.....ผู้ยินยอม
(.....)

ลงนาม..........พยาน
(.....)

ลงนาม..........ผู้ทำวิจัย
(.....)



ใบยินยอมเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

การวิจัยเรื่อง: มาตรฐานการให้บริการส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

วันที่ให้คำยินยอม วันที่ 7 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2560

1. ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมให้ทำการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายจากผู้วิจัยถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัย และมีความเข้าใจแล้ว
2. ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยด้วยความเต็มใจ ไม่ปิดบังซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ
3. ข้าพเจ้ามีสิทธิ์ที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ และเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้โดยสมัครใจ และการบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลต่อคะแนนหรือเกรดของงานวิจัยครั้งนี้ ที่จะพึงได้รับต่อไป
4. ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปแบบที่เป็นสรุปผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของตัวข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้าแล้วจะกระทำได้เฉพาะกรณีจำเป็นด้วยเหตุผลทางวิชาการเท่านั้น
5. ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้ว และมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม..... กสิหต ส้มส้ม.....ผู้ยินยอม
(..... น.ส. กสิหต ส้มส้ม.....)

ลงนาม..... พยาน
(.....)

ลงนาม.....ผู้ทำวิจัย
(.....)



ใบยินยอมเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

การวิจัยเรื่อง: มาตรฐานการให้บริการส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

วันที่ให้คำยินยอม วันที่ 7 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2560

1. ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมให้ทำการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายจากผู้วิจัยถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัย และมีความเข้าใจดีแล้ว
2. ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยด้วยความเต็มใจ ไม่ปิดบังซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ
3. ข้าพเจ้ามีสิทธิ์ที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ และเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้โดยสมัครใจ และการบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลต่อคะแนนหรือเกรดของงานวิจัยครั้งนี้ ที่จะพึงได้รับต่อไป
4. ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุปผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของตัวข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้าแล้วจะกระทำได้เฉพาะกรณีจำเป็นด้วยเหตุผลทางวิชาการเท่านั้น
5. ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้ว และมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม.....ผู้ยินยอม
(.....)

ลงนาม.....พยาน
(.....)

ลงนาม.....ผู้ทำวิจัย
(.....)



ใบยินยอมเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

การวิจัยเรื่อง: มาตรฐานการให้บริการส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย

วันที่ให้คำยินยอม วันที่ 7 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2560

1. ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมให้ทำการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายจากผู้วิจัยถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัย และมีความเข้าใจดีแล้ว
2. ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยด้วยความเต็มใจ ไม่ปิดบังซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ
3. ข้าพเจ้ามีสิทธิ์ที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ และเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้โดยสมัครใจ และการบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลต่อคะแนนหรือเกรดของงานวิจัยครั้งนี้ ที่จะพึงได้รับต่อไป
4. ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุปผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของตัวข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้าแล้วจะกระทำได้เฉพาะกรณีจำเป็นด้วยเหตุผลทางวิชาการเท่านั้น
5. ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้ว และมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม.....ผู้ยินยอม
(.....
อ. อธิวิริยะ งามศิริกุล)

ลงนาม.....พยาน
(.....)

ลงนาม.....ผู้ทำวิจัย
(.....)



ใบยินยอมเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

การวิจัยเรื่อง: มาตรฐานการให้บริการส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

วันที่ให้คำยินยอม วันที่ 7 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2560

1. ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมให้ทำการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายจากผู้วิจัยถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัย และมีความเข้าใจดีแล้ว
2. ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยด้วยความเต็มใจ ไม่ปิดบังซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ
3. ข้าพเจ้ามีสิทธิ์ที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ และเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้โดยสมัครใจ และการบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลต่อคะแนนหรือเกรดของงานวิจัยครั้งนี้ ที่จะพึงได้รับต่อไป
4. ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุปผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของตัวข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้าแล้วจะกระทำได้เฉพาะกรณีจำเป็นด้วยเหตุผลทางวิชาการเท่านั้น
5. ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้ว และมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม.....ผู้ยินยอม
(.....)

ลงนาม.....พยาน
(.....)

ลงนาม.....ผู้ทำวิจัย
(.....)



ใบยินยอมเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

การวิจัยเรื่อง: มาตรฐานการให้บริการส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

วันที่ให้คำยินยอม วันที่ 7 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2560

1. ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมให้ทำการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายจากผู้วิจัยถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัย และมีความเข้าใจดีแล้ว
2. ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยด้วยความเต็มใจ ไม่ปิดบังซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ
3. ข้าพเจ้ามีสิทธิ์ที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ และเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้โดยสมัครใจ และการบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลต่อคะแนนหรือเกรดของงานวิจัยครั้งนี้ ที่จะพึงได้รับต่อไป
4. ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปแบบที่เป็นสรุปผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของตัวข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้าแล้วจะกระทำได้เฉพาะกรณีจำเป็นด้วยเหตุผลทางวิชาการเท่านั้น
5. ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้ว และมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม.....ผู้ยินยอม
(.....)

ลงนาม.....พยาน
(.....)

ลงนาม.....ผู้ทำวิจัย
(.....)



ใบยินยอมเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

การวิจัยเรื่อง: มาตรฐานการให้บริการส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย

วันที่ให้คำยินยอม วันที่ 7 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2560

1. ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมให้ทำการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายจากผู้วิจัยถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัย และมีความเข้าใจดีแล้ว
2. ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยด้วยความเต็มใจ ไม่ปิดบังซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ
3. ข้าพเจ้ามีสิทธิ์ที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ และเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้โดยสมัครใจ และการบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลต่อคะแนนหรือเกรดของงานวิจัยครั้งนี้ ที่จะพึงได้รับต่อไป
4. ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุปผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของตัวข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้าแล้วจะกระทำได้เฉพาะกรณีจำเป็นด้วยเหตุผลทางวิชาการเท่านั้น
5. ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้ว และมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม.....ผู้ยินยอม
(.....)

ลงนาม.....พยาน
(.....)

ลงนาม.....ผู้ทำวิจัย
(.....)





ภาพที่ 41 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลขที่ 1



ภาพที่ 42 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลขที่ 2



ภาพที่ 43 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลขที่ 3



ภาพที่ 44 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลขที่ 4



ภาพที่ 45 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลขที่ 5



ภาพที่ 46 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลขที่ 6



ภาพที่ 47 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลขที่ 7



ภาพที่ 48 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลขที่ 8



ภาพที่ 49 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลขที่ 9



ภาพที่ 50 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลขที่ 10



ภาพที่ 51 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลขที่ 11



ภาพที่ 52 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลขที่ 12



ภาพที่ 53 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลขที่ 13



ภาพที่ 54 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลขที่ 14



ภาพที่ 55 การลงทะเบียนการจัดประชุมกลุ่มการจัดทำคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานสาวนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย



ภาพที่ 56 ถ่ายภาพหมู่การจัดประชุมกลุ่มการจัดทำคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานสาวนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย



ภาพที่ 57 ผู้วิจัยกล่าวแนะนำวิทยากรผู้ดำเนินการ และวัตถุประสงค์การจัดประชุมกลุ่มการจัดทำคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานสาวนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย



ภาพที่ 58 ผู้เข้าร่วมการจัดประชุมกลุ่มการจัดทำคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานสาวนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับคู่มือ



ภาพที่ 59 การประชุมกลุ่มเชิงประเมินเพื่อจัดทำคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานสาวนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย กับผู้เชี่ยวชาญโครงการประกวดสุดยอดโรงแรมบูติกไทย



ภาพที่ 60 การทำแบบทดสอบก่อนการอบรมคู่มือการปฏิบัติงานสาวนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกและบันทึกภาพเคลื่อนไหวระหว่างดำเนินกิจกรรม



ภาพที่ 61 กิจกรรมการละลายพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมการทดลอง



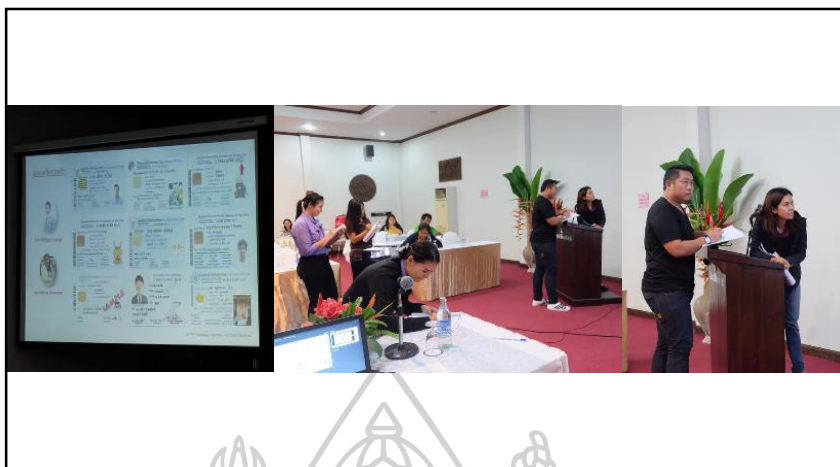
ภาพที่ 62 กิจกรรมการหมุนเวียนเปลี่ยนงานและกิจกรรมการเรียนรู้ในระหว่างการปฏิบัติงานจาก
ผู้บรรยาย ด้านความต้องการความรู้ (Need Knowledge)



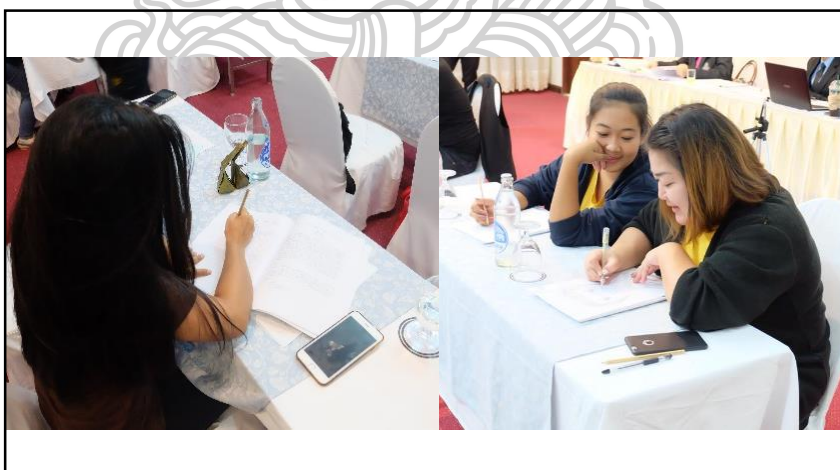
ภาพที่ 63 กิจกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองจากการศึกษาดูงานในแหล่งท่องเที่ยวทั้งเชิงนิเวศและเชิงวัฒนธรรมภายในท้องถิ่น ด้านความต้องการความรู้ (Need Knowledge)



ภาพที่ 64 กิจกรรมการมอบหมายงานภาระหน้าที่จากรับชมคลิปวิดีโอและกิจกรรมการระดมสมองพร้อมส่งตัวแทนนำเสนอ ด้านการตัดสินใจ (Decision Making)



ภาพที่ 65 กิจกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองเกี่ยวกับวิธีการจดจำข้อมูลของผู้รับบริการจากบัตรประจำตัวประชาชนจำนวน 9 ใบ ด้านความจำ (Memory)



ภาพที่ 66 กิจกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองจากการค้นหาข้อร้องเรียนหรือข้อคิดเห็นจากช่องทางออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) กลุ่มเว็บไซต์สำรองการบริการเพื่อการท่องเที่ยว (OTA: Online Travel Agent) ด้านความจำ (Memory)



ภาพที่ 67 กิจกรรมการมอบหมายงานภาระหน้าที่เกี่ยวกับการถ่ายทอดเป้าหมายของชีวิต
ด้านทัศนคติ (Attitude)



ภาพที่ 68 กิจกรรมการศึกษาดูงานในสถานประกอบการโรงแรมประเพณีตักต้อนแบบ
(Attitude)



ภาพที่ 69 กิจกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองจากถ่ายทอดคุณลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน
โรงแรม ด้านการรับรู้ (Recognition)



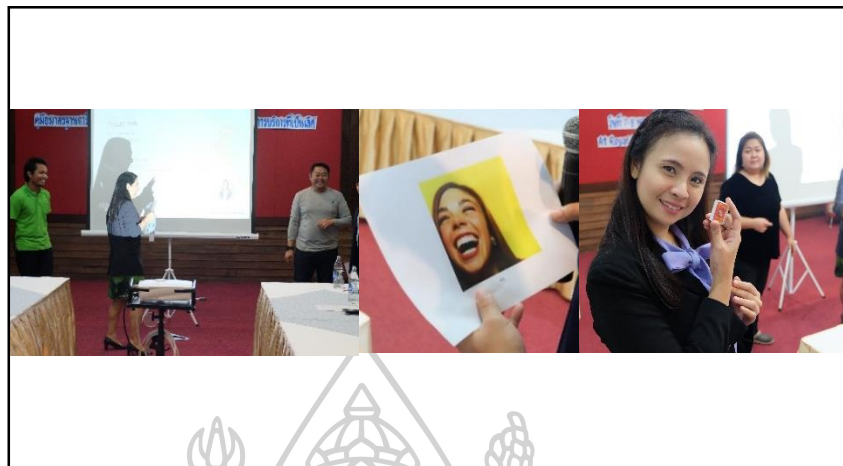
ภาพที่ 70 กิจกรรมการสร้างเครือข่ายของผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน โดยแบ่งสมาชิกเป็น 2 กลุ่ม
เพื่อบอกเล่าสถานการณ์ที่เกิดขึ้นภายในโรงแรม ด้านการรับรู้ (Recognition)



ภาพที่ 71 กิจกรรมการรับฟังแนะนำ SOP ของโรงแรมเครือข่ายที่มีมาตรฐานระดับสากล และ กิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้เข้าร่วมการทดลองในการใช้ SOP ในการแก้ไขปัญหาการปะทะหรือโต้แย้งกับผู้รับบริการ ด้านการโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction)



ภาพที่ 72 การจัดกิจกรรมการระดมสมองของพนักงานบริการ โดยดำเนินการแบ่งสมาชิกจำนวน 2 กลุ่ม ร่วมกันนำเสนอวิธีการเผชิญหน้า ด้านการโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction)



ภาพที่ 73 กิจกรรมการแสดงผลงานของพนักงานบริการโดยการจับฉลากเพื่อแสดงอารมณ์ผ่านใบหน้าในฐานะผู้รับบริการ ด้านการโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction)



ภาพที่ 74 กิจกรรมการระดมสมอง เพื่อจัดทำแผนภาพพิมพ์เขียวบริการ ด้านความเสมอภาค (Equality)



ภาพที่ 75 กิจกรรมการแสดงผลงานที่ดีด้วยการจับคู่สมาชิกฝึกฝนทักษะการใช้คำสรรพนามในการสื่อสาร ด้านการยกย่องให้เกียรติ (Commendation)



ภาพที่ 76 กิจกรรมการประชุมแก้ไขปัญหาโดยการคัดเลือกกิจกรรมที่สามารถสร้างความสุขแก่ผู้รับบริการและการแสดงผลงานที่ดีเกี่ยวกับคัดสรรการแต่งกายให้มีความเหมาะสมด้านการสร้างความสุข (Happiness)



ภาพที่ 77 การทำแบบทดสอบหลังการทดลองคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ
ของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติค



ภาพที่ 78 QR CODE สำหรับการประเมินพฤติกรรมการความมุ่งเอาใจใส่ของพนักงานบริการโรงแรม
ประเภทบูติคของประเทศไทยหลังการทดลองระยะเวลาติดตาม 15 วัน และ 30 วัน



ภาพที่ 79 การประเมินประเมินประสิทธิภาพการทดลองการใช้คู่มือด้วยวิธีการสามเส้าจากผู้วิจัย
วิทยากร ผู้เข้าร่วมการทดลอง และผู้สังเกตการแบบไม่มีส่วนร่วม



ภาพที่ 80 ผู้วิจัยบันทึกผลพฤติกรรมการตอบสนองของผู้เข้าร่วมการทดลองในระหว่างการดำเนิน
กิจกรรม



ตารางที่ 72 แสดงผลค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม (IOC) การพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

ข้อ	ท่านเห็นด้วยหรือไม่เกี่ยวกับข้อความตามบริบทของการบริการจะนำไปสู่การสร้างองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย	ความถี่	ค่า IOC	ความสอดคล้อง
1.1	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาระหน้าที่ของตำแหน่งงานบริการตามฝ่ายหรือแผนกที่ได้รับมอบหมาย และวิธีการปฏิบัติงานที่ได้มาตรฐาน รวมถึงองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบริการภายในโรงแรม ได้แก่ งานครัว งานห้องห้องพัก งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม	3	1	สอดคล้อง
1.2	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของโรงแรม ข้อมูลของสินค้าและบริการตามฝ่ายหรือแผนกต่างๆ ตลอดจนมีความรู้รอบรู้ในเรื่องนโยบายการบริหารงาน และกฎระเบียบข้อบังคับขององค์กร	3	0.67	สอดคล้อง
1.3	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมของผู้รับบริการที่มีความหลากหลายตามภูมิภาคต่างๆ ที่สามารถปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยในปัจจุบัน เช่น วัฒนธรรม ศาสนา ภาษา เป็นต้น	3	0.67	สอดคล้อง
1.4	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรม การบริการและการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น เช่น เส้นทาง การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สวนสนุก ภัตตาคาร ร้านอาหารจำหน่ายของฝากของที่ระลึก สนามบิน ธนาคาร โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล ศูนย์ประชุม เป็นต้น	3	1	สอดคล้อง
1.5	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ทักษะภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศที่ 3 ตามกลุ่มเป้าหมายผู้รับบริการของโรงแรมแต่ละแห่ง	3	1	สอดคล้อง
1.6	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ได้แก่ (1) กลุ่มสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) (2) อินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi-Fi Internet) (3) โปรแกรมการค้นหาข้อมูลทั่วไปอัจฉริยะ (Google Search Engine) และ (4) โปรแกรมสำเร็จการจัดการโรงแรม (Property Management System)	3	1	สอดคล้อง

ตารางที่ 72 แสดงผลค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม (IOC) การพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย (ต่อ)

ข้อ	ท่านเห็นด้วยหรือไม่เกี่ยวกับข้อความตามบริบทของการบริการจะนำไปสู่การสร้างองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย	ความถี่	ค่า IOC	ความสอดคล้อง
2.1	สามารถนำประสบการณ์จากการปฏิบัติงานครั้งก่อนๆ มาพัฒนาให้งานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อีกทั้งยังสามารถแก้ไขปัญหาการให้บริการแก่ผู้รับบริการแต่ละรายได้อย่างเหมาะสม เช่น ผู้รับบริการมีอาการเจ็บป่วย กระทันหัน ทรัพย์สินของผู้รับบริการสูญหาย เกิดเหตุทะเลาะวิวาทระหว่างผู้รับบริการ เป็นต้น	3	1	สอดคล้อง
2.2	สามารถพิจารณาจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาเข้าพักภายในโรงแรมและประเภทของผู้รับบริการ เช่น กลุ่มเพื่อน กลุ่มครอบครัว คณะทำงาน เป็นต้น เพื่อจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการสนับสนุนให้เหมาะสมกับจำนวนสมาชิก	3	1	สอดคล้อง
2.3	สามารถวิเคราะห์ความต้องการพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสี่ของผู้รับบริการตามสัญชาติ เช่น กลุ่มมุสลิม กลุ่มชาวจีน กลุ่มชาวยุโรป เป็นต้น เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการอำนวยความสะดวกและประสานงานไปยังฝ่ายหรือแผนกที่เกี่ยวข้องต่อไป	3	0.67	สอดคล้อง
2.4	การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในอาชีพและสายงาน เพื่อสร้างการบริการที่เหนือความคาดหมายของผู้รับบริการ เช่น การกำหนดรายการอาหารรูปแบบใหม่ประจำวันที่แตกต่างกันโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่น หรือการประดับตกแต่งห้องพักด้วยความสวยงามสำหรับผู้เข้าพักที่เดินทางมาฮันนีมูน ตลอดจนการออกแบบขั้นตอนการบริการให้มีความยืดหยุ่นภายใต้มาตรฐานของโรงแรมที่ครอบคลุมผู้รับบริการทุกกลุ่ม	3	1	สอดคล้อง
3.1	การจดจำหมายเลขห้องพักและรายละเอียดของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่ผู้รับบริการได้เข้าพักตามช่วงเวลาต่างๆ เพื่อความสะดวกในการติดตามผู้รับบริการเมื่อเกิดปัญหาเมื่อการบริการสิ้นสุดลง	3	0.67	สอดคล้อง

ตารางที่ 72 แสดงผลค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม (IOC) การพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย (ต่อ)

ข้อ	ท่านเห็นด้วยหรือไม่เกี่ยวกับข้อความตามบริบทของการบริการจะนำไปสู่การสร้างองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย	ความถี่	ค่า IOC	ความสอดคล้อง
3.2	ชื่อ-นามสกุลของผู้รับบริการ รวมถึงตำแหน่งชั้นทางสังคมและอาชีพ ตลอดจนรูปพรรณสัณฐานที่บ่งบอกถึงลักษณะความเป็นตัวตน เพื่อนำเข้าสู่ระบบฐานข้อมูลของโรงแรมและส่งผ่านไปยังฝ่ายหรือแผนกบริการที่เกี่ยวข้อง	3	1	สอดคล้อง
3.3	พฤติกรรมการตอบสนองระหว่างการรับบริการและกิริยาที่ปรากฏระหว่างการสนทนา เช่น การขยับตัว การยกมือ การแสดงสีหน้า เป็นต้น รวมถึงความถนัดในการใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของผู้รับบริการที่กระทำจนเป็นนิสัย พร้อมกับเสนอความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการทันทีเมื่อพบปัญหา	3	1	สอดคล้อง
3.4	ข้อคิดเห็นหลังการรับใช้บริการจากใบแสดงความคิดเห็น (Guest Comment) รวมถึงข้อเสนอแนะจากสื่อสังคมออนไลน์ และระบบเว็บไซต์สำรองบริการออนไลน์ (OTA: Online Travel Agency) เช่น Agoda Expedia TripAdvisor Traveloka เป็นต้น เพื่อสรรหาวิธีการแก้ไขปัญหาตามข้อเรียกร้องได้อย่างเหมาะสม	3	1	สอดคล้อง
4.1	มีความศรัทธาต่อองค์กรและความเชื่อมั่นในขอบเขตหน้าที่การบริการที่ได้รับมอบหมายตลอดจนการปฏิบัติงานล่วงเวลา รวมถึงการตระหนักถึงการดูแลรักษาทรัพยากรและการประหยัดต้นทุนการดำเนินงานของโรงแรม	3	1	สอดคล้อง
4.2	มีจิตบริการ (Service Mind) ในการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย โดยสามารถปฏิบัติงานในฝ่ายหรือแผนกที่เกี่ยวข้องได้ (Multi Skills) เช่น พนักงานแผนกต้อนรับส่วนหน้าสามารถปูเตียงและธรรมชาติความสะอาดห้องพักได้ หรือพนักงานแผนกสำนักงานสนับสนุนสามารถบริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น	3	1	สอดคล้อง

ตารางที่ 72 แสดงผลค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม (IOC) การพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย (ต่อ)

ข้อ	ท่านเห็นด้วยหรือไม่เกี่ยวกับข้อความตามบริบทของการบริการจะนำไปสู่การสร้างองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย	ความถี่	ค่า IOC	ความสอดคล้อง
4.3	มีเป้าหมายในการปฏิบัติงานและการดำเนินชีวิต อีกทั้งยังมีความแสวงหาแนวทางการพัฒนาทักษะอาชีพเพื่อก้าวหน้าในตำแหน่งงานในระดับสูงต่อไป	3	1	สอดคล้อง
4.4	การแสดงความซื่อสัตย์ในอาชีพและการปฏิบัติหน้าที่โดยยึดหลักจริยธรรม เช่น ไม่นินทาผู้รับบริการลับหลัง เมื่อพบเจอทรัพย์สินของผู้รับบริการส่งคืนส่วนกลาง เป็นต้น	3	1	สอดคล้อง
5.1	ปัญหาที่เกี่ยวกับการบริการภายในโรงแรมของแต่ละฝ่ายหรือแผนก เช่น อาหารรสชาติไม่อร่อย ห้องพักรูมมีขนาดเล็กเกิน ผู้รับบริการช่างห้องเสียงดังรบกวน เป็นต้น พร้อมนำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาตามความเหมาะสม	3	1	สอดคล้อง
5.2	คำชื่นชมเกี่ยวกับการบริการภายในโรงแรม เช่น การบริการของพนักงาน การรักษาความปลอดภัย เป็นต้น เพื่อนำกลับไปพัฒนาการบริการในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับบริการ	3	1	สอดคล้อง
5.3	การรับฟังคำบอกเล่าและการขอคำปรึกษาเรื่องราวส่วนบุคคลของผู้รับบริการที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานบริการภายในโรงแรม โดยพนักงานมีหน้าที่รับฟังและระมัดระวังการแสดงความคิดเห็น เช่น ค่านิยม โรคประจำตัว การวางแผนการเดินทาง เป็นต้น เนื่องจากเรื่องราวต่างๆ ไม่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการแต่อย่างใด	3	1	สอดคล้อง
5.4	หากมีข้อสงสัยผู้รับบริการจะสอบถามเกี่ยวกับสิ่งที่ไม่มีความเข้าใจหรือไม่มั่นใจเกี่ยวกับผู้รับบริการในช่วงระยะเวลาที่เหมาะสม เช่น จำนวนผู้เข้าพัก ระยะเวลาการเข้าพัก อาหารที่แพ เป็นต้น	3	1	สอดคล้อง
6.1	การไม่ชักสีหน้าและการเลือกใช้น้ำเสียงที่สุภาพอ่อนโยนแก่ผู้รับบริการทุกกรณี รวมถึงการใช้จินตนาการเปรียบเสมือนตนเองกำลังเผชิญหน้ากับปัญหาเหล่านั้น	3	1	สอดคล้อง

ตารางที่ 72 แสดงผลค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม (IOC) การพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย (ต่อ)

ข้อ	ท่านเห็นด้วยหรือไม่เกี่ยวกับข้อความตามบริบทของการบริการจะนำไปสู่การสร้างองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย	ความถี่	ค่า IOC	ความสอดคล้อง
6.2	อธิบายเกี่ยวกับข้อจำกัดทางการบริการภายในโรงแรมให้ผู้รับบริการทราบล่วงหน้า เช่น การห้ามสูบบุหรี่ในห้องพัก ระยะเวลาเปิด-ปิดจุดให้บริการต่างๆ เป็นต้น รวมถึงการบรรยายรายละเอียดสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในห้องพัก	3	1	สอดคล้อง
6.3	การประสานงานขอความช่วยเหลือจากผู้บังคับบัญชาหรือเจ้าของกิจการ ให้เข้ามาช่วยเจรจาต่อในกรณีที่ไม่สามารถควบคุมสถานการณ์ได้ก่อนเกิดการทะเลาะวิวาทกับผู้รับบริการ การประสานงานกับหน่วยงานภายในในกรณีที่เกิดฉุกเฉินภายในโรงแรม เช่น ไฟฟ้า ประปา ดับเพลิง โรงพยาบาล มูลนิธิ เป็นต้น	3	1	สอดคล้อง
6.4	รายงานความคับข้องใจแก่ผู้รับบริการเกี่ยวกับการดำเนินงานที่มีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เมื่อปัญหาเหล่านั้นได้รับการแก้ไขหรือมีผู้บังคับบัญชารับทราบแล้ว เพื่อให้ผู้รับบริการรู้สึกเป็นผู้ที่ถูกต้องเสมอ	3	1	สอดคล้อง
6.5	การจัดสรรรูปแบบการบริการทดแทน เพื่อเป็นการขออภัยในกระบวนการบริการที่ไม่เหมาะสมกับผู้รับบริการทันที เช่น การมอบส่วนลด การมอบการบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกพิเศษ เป็นต้น	3	0.67	สอดคล้อง
7.1	การให้สิทธิผู้รับบริการในการเช็คอิน-เช็คเอาท์ตามความเหมาะสมเป็นรายบุคคล เช่น กรณีที่ผู้รับบริการมาก่อนเวลา หรือ กรณีที่ผู้รับบริการต้องออกเดินทางในช่วงเวลากลางคืนอย่างกระทันหัน	3	1	สอดคล้อง
7.2	การจัดลำดับการให้บริการตามระยะเวลาของผู้รับบริการก่อน-หลัง โดยไม่มีการลัดคิวหรือแซงคิวโดยเด็ดขาด ไม่ว่าจะเป็นผู้รับบริการกลุ่มใดหรือสัญชาติใดก็ตาม	3	1	สอดคล้อง
7.3	การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักและจุดบริการต่างๆ ของโรงแรมให้เพียงพอต่อจำนวนผู้รับบริการทุกคน เช่น ปริมาณอาหาร อุปกรณ์กีฬาและนันทนาการ	3	1	สอดคล้อง

ตารางที่ 72 แสดงผลค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม (IOC) การพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย (ต่อ)

ข้อ	ท่านเห็นด้วยหรือไม่เกี่ยวกับข้อความตามบริบทของการบริการจะนำไปสู่การสร้างองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย	ความถี่	ค่า IOC	ความสอดคล้อง
7.4	การชดเชยการบริการเป็นมูลค่าเงินสดตามจำนวนจริง รวมถึงการมอบสิ่งตอบแทนอื่นๆ เมื่อการบริการไม่เป็นไปตามเงื่อนไขที่ทางโรงแรมได้แจ้งเอาไว้ เช่น ภายในห้องพักชำรุดและห้องพักเต็ม ไม่สามารถเปลี่ยนได้ทดแทนได้ หรือประสานงานห้องพักไปยังโรงแรมอื่นๆ ในบริเวณใกล้เคียงหรือเทียบเท่า	3	1	สอดคล้อง
8.1	การไม่สัมผัสร่างกายของผู้รับบริการทุกสัญชาติในทุกกรณี และการรักษาระยะห่างระหว่างปฏิบัติหน้าที่อย่างเหมาะสมระหว่างผู้รับบริการและผู้ให้บริการ	3	1	สอดคล้อง
8.2	การยกมือไหว้ สวัสดี ทักทาย และ สนทนาเป็นภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน เป็นต้น	3	0.67	สอดคล้อง
8.3	การไม่เข้าไปในห้องพักและการไม่เคลื่อนย้ายสัมภาระหรือสัมภาระสิ่งของต่างๆ ของผู้รับบริการก่อนจะได้รับอนุญาต	3	1	สอดคล้อง
8.4	การจัดสรรความเรียบร้อยของห้องพักและการป้องกันความปลอดภัย โดยไม่อนุญาตให้ผู้ที่ไม่มีส่วนเกี่ยวกับผู้รับบริการเข้าไปในบริเวณดังกล่าวโดยเด็ดขาด	3	1	สอดคล้อง
8.5	การไม่แสดงออกซึ่งท่าทางหรือกิริยาต่างๆ ที่สื่อถึงความสนิทสนมกับผู้รับบริการจนเกินไป เช่น ห้ามแซวหรือหยอกล้อผู้รับบริการ	3	1	สอดคล้อง
9.1	การส่งมอบบริการต้อนรับที่พิเศษตั้งแต่วินาทีแรกที่พบเจอผู้รับบริการ เช่น การบริการเครื่องดื่มต้อนรับ (Welcome Drink) การมอบพวงมาลัยแก่ผู้รับบริการ เป็นต้น	3	1	สอดคล้อง
9.2	การเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น โดยสนับสนุนให้ผู้รับบริการได้เข้าร่วมในเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้น รวมถึงการเข้าเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่สำคัญ	3	1	สอดคล้อง
9.3	การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมภายในโรงแรมแก่ผู้รับบริการ เช่น การบริการจักรยาน รถมินิบัสรับ-ส่ง อุปกรณ์กีฬาทางน้ำ รถเข็นสำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุ เป็นต้น	3	1	สอดคล้อง
9.4	การมอบการบริการและชุดของที่ระลึกสุดพิเศษแก่กลุ่มผู้รับบริการคนสำคัญตามโอกาส เช่น การมอบขนมเค้กในวันคล้ายวันเกิดร่วมกับการร้องเพลงอวยพร การมอบของที่ระลึกกับผู้รับบริการในวันฉลองมงคลสมรส เป็นต้น	3	1	สอดคล้อง

จากตารางที่ 72 แสดงข้อคำถามในแต่ละองค์ประกอบความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติกจำนวน 9 ด้าน พบว่า ข้อคำถามทุกข้อใช้หลักการพิจารณาค่าความเที่ยง (IOC) ผ่านเกณฑ์ เนื่องจากมีค่าคะแนนที่มากกว่า 0.5 แสดงให้เห็นว่าข้อคำถามผ่านการพิสูจน์สามารถนำไปจัดทำเป็นแบบสอบถามได้ จากนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการนำแบบสอบถามไปทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามแบ่งตามรายได้ดังตารางที่ 73

ตารางที่ 73 แสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแบบรายด้าน

	องค์ประกอบ ความเอาใจใส่พิเศษ	จำนวน ข้อคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha)
1	ความต้องการความรู้ (Need Knowledge)	6	.747
2	การตัดสินใจ (Decision Making)	4	.800
3	ความจำ (Memory)	4	.796
4	ทัศนคติ (Attitude)	4	.931
5	การรับรู้ (Recognition)	4	.859
6	การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction)	5	.876
7	ความเสมอภาค (Equality)	4	.807
8	การยกย่องให้เกียรติ (Commendation)	5	.832
9	การสร้างความสุข (Happiness)	4	.745
	รวม	40	0.976

จากตารางที่ 72 แสดงการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach's Alpha) พบว่า ค่าความเชื่อมั่นแบบรายด้านมีค่าระหว่าง 0.709 – 1.00 เป็นไปตามเงื่อนไข ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำกลับไปทดสอบข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้





คู่มือมาตรฐานการให้บริการส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ
เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศ
ในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย



ส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

คำนำ

ปัจจุบันสถานการณ์ทางการแข่งขันของธุรกิจบริการประเภทที่พักแรมภายในประเทศไทยเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับการใช้กลยุทธ์ทางการจัดการที่มีความร่วมสมัย เพื่อสร้างรูปแบบสินค้าและบริการให้มีศักยภาพเหนือคู่แข่ง โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ที่มีห้องพักจำนวนตั้งแต่ 150 ขึ้นไป มีการกำหนดมาตรฐานการบริหารงานแบบเครือข่ายสากล (Hotel International Chains) เช่น ฮิลตัน (Hilton) แมริออท (Marriott) ไฮแอท (Hyatt) แอคคอร์ (Accor) ไอเอชจี (IHG) เป็นต้น ซึ่งถือครองกลุ่มตลาดเป้าหมายของผู้รับบริการทุกภูมิภาคทั่วโลกมายาวนาน รวมถึงการปรับเปลี่ยนกิจกรรมทางการตลาดให้สามารถกระตุ้นพฤติกรรมกระตุ้นใจซื้อในทุกช่วงฤดูกาล นับว่าเป็นความยากลำบากสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดกลางที่มีจำนวนห้องพัก 60 – 149 ห้อง และโรงแรมขนาดเล็กที่มีจำนวนห้องพักต่ำกว่า 60 ห้อง ที่จะต้องปรับปรุงพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก จำนวนพนักงาน ตลอดจนรูปแบบการบริการให้มีความแตกต่างหรือเทียบเท่ากับคู่แข่ง

ในขณะที่โรงแรมประเภทบูติคกลายเป็นนิยามทางเลือกสำหรับธุรกิจที่พักขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่ผสมผสานศิลปะวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่มีสะท้อนเอกลักษณ์วิถีไทย พร้อมด้วยทักษะการบริการจากพนักงานโรงแรมที่ปลูกฝังความเป็นหนึ่งเดียวกับภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างมุ่งมั่น ช่วยสร้างความคุ้นเคยกับผู้รับบริการอย่างใกล้ชิด เป็นข้อได้เปรียบที่สนับสนุนให้โรงแรมประเภทบูติคเป็นที่ยอมรับจากตลาดเป้าหมายเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง สำหรับการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานโรงแรมประเภทบูติคที่จะต้องสามารถปฏิบัติงานได้มากกว่า 1 ฝ่ายหรือแผนก (Multi Skills) เนื่องจากโรงแรมประเภทบูติคใช้อัตรากำลังคนที่มีจำนวนไม่มาก โดยจะต้องอาศัยทักษะการคิดวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้รับบริการแต่ละกลุ่มเป้าหมายให้มีความชัดเจน ร่วมกับการใช้ความสามารถในการควบคุมสภาวะทางอารมณ์ของตนเองเมื่อเผชิญหน้ากับปัญหาจากการปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งทั้งหมดเป็นลักษณะการให้บริการที่แสดงออกถึงความเอาใจใส่แก่ผู้รับบริการในบริบทของโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

คู่มือนี้ เกิดมาจากการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) ที่ผสมผสานระหว่างงานวิจัยเชิงคุณภาพและงานวิจัยเชิงปริมาณภายในโรงแรมประเภทบูติคทั้ง 4 รูปแบบในประเทศไทย ได้แก่ (1) รูปแบบดัดแปลงอาคารเก่าแก่หรือตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน (Culture) (2) รูปแบบหรูหราและร่วมสมัย (Luxury and Modern) (3) รูปแบบอยู่ร่วมกับธรรมชาติ (Nature) และ (4) รูปแบบศิลปะสถาปัตยกรรมการออกแบบ (Art and Thematic) ประกอบด้วยองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบย่อยของมาตรฐานการให้ปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษในแต่ละด้าน รวมทั้งวัตถุประสงค์ที่กำหนด วิธีการดำเนินงาน ตัวชี้วัด และผลลัพธ์สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นระบบการบริหารพื้นฐานสำหรับการจัดการภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทยต่อไป

ระชานนท์ ทวีผล

20 กันยายน 2560

สารบัญ

	หน้า
บทนำ	409
ด้านที่ 1 ความต้องการความรู้ (Need Knowledge)	416
ด้านที่ 2 การตัดสินใจ (Decision Making)	423
ด้านที่ 3 ความจำ (Memory)	428
ด้านที่ 4 ทศนคติ (Attitude)	433
ด้านที่ 5 การรับรู้ (Recognition)	440
ด้านที่ 6 การโต้ตอบอารมณ์ (Interaction)	443
ด้านที่ 7 ความเสมอภาค (Equality)	448
ด้านที่ 8 การยกย่องให้เกียรติ (Commendation)	452
ด้านที่ 9 การสร้างความสุข (Happiness)	463
รายการอ้างอิง	460
แบบวัดความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติก	463
รายนามวิทยากร	477
กำหนดการทดลองใช้คู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ	478



บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวไทยกำลังให้ความสำคัญกับองค์ประกอบของทรัพยากรด้านวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปะ ภาษา อาหาร ศาสนา เป็นต้น ถูกนำมาไปใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายของรัฐบาลไทยภายใต้แนวคิด “การท่องเที่ยววิถีไทยเก๋ไก๋ไม่เหมือนใคร” และ “การท่องเที่ยววิถีไทยเก๋ไก๋สไตล์ลิ้งค์” ส่วนประกอบสำคัญของมิติวัฒนธรรมที่ผลักดันให้กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มเป้าหมาย (Tourism for All) มีสาเหตุมาจากกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและการยกระดับผู้ประกอบการอย่างมีคุณภาพ เพื่อให้บุคลากรทางการท่องเที่ยวมีความรู้ความสามารถและการสร้างกระบวนการให้บริการที่มีคุณภาพ ควบคู่กับการมีความตระหนักรู้ถึงคุณธรรมจริยธรรมในการประกอบอาชีพ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558: 30-31) ในขณะที่ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวปี 2560 – 2564 ด้านที่ 1 อธิบายว่าการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยเฉพาะการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานการบริการของแต่ละองค์กรให้สามารถนำไปใช้ได้จริง เพื่อใช้เป็นแนวทางการยกระดับการบริการของพนักงานบริการในธุรกิจท่องเที่ยวทุกประเภท เช่นเดียวกับยุทธศาสตร์ด้านที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ที่สามารถครอบคลุมทั้งในระดับผู้ประกอบการที่มีหน้าที่กำหนดนโยบายการบริหารจัดการ รวมถึงระดับผู้ปฏิบัติหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการโดยตรง จะต้องอาศัยกระบวนการฝึกอบรมที่สามารถสร้างทักษะความชำนาญทางวิชาชีพและออกแบบการบริการที่สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการอย่างมีคุณภาพภายใต้เอกลักษณ์ความเป็นไทย (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560: 10-12)

ธุรกิจโรงแรมประเภทบูติคเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กมีจำนวนพนักงาน จึงต้องอาศัยทำเลที่ตั้งร่วมกับการออกแบบโครงสร้างอาคารสถานที่ให้มีความน่าสนใจ โดยจะต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดให้มีความชัดเจนและยั่งยืน การเตรียมความพร้อมของพนักงานบริการเป็นสิ่งสำคัญที่เป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งกับโรงแรมขนาดใหญ่ทั่วไป เนื่องด้วยผู้รับบริการมีจำนวนเพียงไม่กี่ราย ส่งผลพนักงานบริการสามารถดูแลเอาใจใส่ได้อย่างทั่วถึง พร้อมกับการเรียนรู้เข้าใจพฤติกรรมของผู้รับบริการที่มีความแตกต่างกันตามเชื้อชาติ ซึ่งพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคต้องอาศัยทักษะด้านปัญญา (Cognitive) ที่เกี่ยวข้องกับความรู้ความเข้าใจในภาระหน้าที่ของแต่ละฝ่ายหรือแผนก สามารถวิเคราะห์ตัดสินใจเมื่อกระบวนการบริการเกิดปัญหา ซึ่งเป็นพื้นฐานมาจากการมีทัศนคติที่ดีต่อบริบทแวดล้อม และทักษะด้านอารมณ์ (Affective) เปรียบเสมือนการนำตนเองเข้าไปอยู่ในระดับอารมณ์เดียวกันกับผู้รับบริการภายใต้สถานการณ์ที่เผชิญอยู่ เป็นแนวทางการนำไปสู่การสร้างรูปแบบการสื่อสารที่มีความสุภาพอ่อนน้อมเหมาะสมแก่ผู้รับบริการทุกรายอย่างเท่าเทียม (ระชานนท์ ทวีผล และธีระวัฒน์ จันทิก, 2561) สอดคล้องกับแนวคิดของโรเจอร์ (Roger, 1951) บิดาแห่งนักจิตวิทยาที่กำหนดนิยามของความเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง ทักษะของมนุษย์ที่แสดงออกถึงความเข้าใจอารมณ์ความรู้สึกของผู้อื่นอย่างลึกซึ้ง โดยอาศัยพื้นฐานมาจากการคิด

วิเคราะห์พฤติกรรมของผู้อื่นเป็นองค์ประกอบร่วมควบคู่กัน ช่วยลดความขัดแย้งในการดำเนินชีวิต ร่วมกับผู้อื่นในสังคมอย่างมีความสุข อย่างไรก็ตาม การยืนยันความเกี่ยวข้องกับความเอาใจใส่จากงานวิจัยพบว่า ผู้ให้บริการเป็นทรัพยากรที่มีชีวิตในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวที่จำเป็นจะต้องพัฒนาทักษะความสามารถและพฤติกรรมกายในองค์กรให้เป็นผู้ที่มีความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น การได้มาซึ่งความเอาใจใส่จำเป็นต้องอาศัยกระบวนการวิจัยอนาคต เพื่อนำไปสร้างกระบวนการฝึกอบรมรูปแบบใหม่ ได้แก่ (1) การกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานที่แสดงออกถึงความเอาใจใส่แก่พนักงานบริการ (2) การทดสอบความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการเป็นรายบุคคลตามเกณฑ์หรือตัวชี้วัด และ (3) การพัฒนาปรับปรุงความเอาใจใส่ในอนาคตให้ดียิ่งขึ้น โดยทบทวนจากปัญหาและบริบทแวดล้อมที่เกิดขึ้นภายในกระบวนการ (Costa and Gliniaia, 2003)

แนวทางการพัฒนามาตรฐานในการปฏิบัติงานเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เพื่อยกระดับคุณภาพบริการและการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่องค์กร จึงต้องอาศัยทรัพยากรมนุษย์ที่มีทักษะความเอาใจใส่ในการปฏิบัติงาน ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบทางด้านปัญญาและด้านอารมณ์ ผลจากการศึกษาด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและงานวิจัยเชิงปริมาณยังพบว่า ความเอาใจใส่ของพนักงานโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ยังมีองค์ประกอบย่อยที่มีความแตกต่างไปจากแนวคิดทฤษฎีความเอาใจใส่แบบดั้งเดิมที่มีมากกว่า 2 องค์ประกอบ เนื่องจากข้อได้เปรียบทางพฤติกรรมของประชากรชาวไทยที่ชื่นชอบการต้อนรับขับสู้ผู้มาเยือนจากต่างแดนอยู่เสมอ ตลอดจนการแสดงออกถึงอัธยาศัยไมตรีที่สามารถสร้างรอยยิ้มได้ในทุกช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว จึงสามารถอธิบายได้ว่า ความเอาใจใส่ หรือ Empathy ของพนักงานโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทยมีความพิเศษที่สามารถนำไปใช้พัฒนาเป็นคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย อีกทั้งองค์ประกอบของความเอาใจใส่พิเศษยังสามารถเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวของไทยสู่กลุ่มเป้าหมายในระดับอาเซียนและสากลต่อไป

วัตถุประสงค์การจัดทำคู่มือ

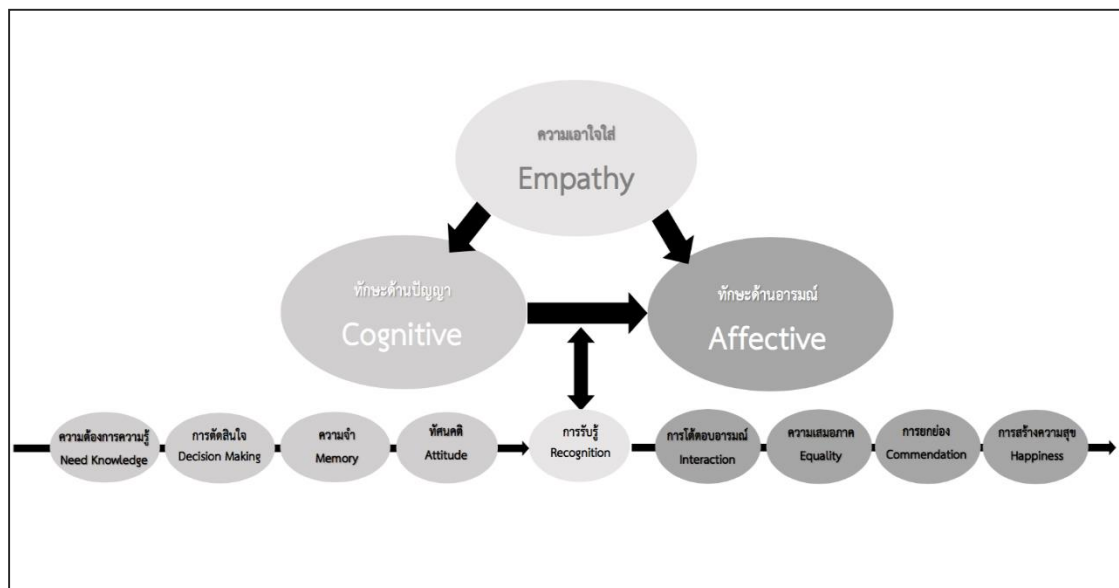
เพื่อส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของแรงงานโดยอาศัยคู่มือการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

ขอบเขตการพัฒนาและจัดทำคู่มือ

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

เริ่มต้นจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความเอาใจใส่ (Empathy) ได้แก่ ทักษะด้านปัญญา (Cognitive) และทักษะด้านอารมณ์ (Affective) เพื่อนำไปใช้เป็นข้อคำถามในการอธิบายปรากฏการณ์ความเอาใจใส่ของพนักงานในโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย นำไปสู่กระบวนการประยุกต์ทฤษฎีฐานรากของความเอาใจใส่พิเศษ ซึ่งจะถูกนำไปใช้เป็นแนวโน้มองค์ประกอบย่อยในแต่ละด้าน และการนำไปประยุกต์ใช้ในขั้นตอนการสร้างคู่มือมาตรฐานการให้ปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษ เพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย ภายใต้แนวคิดของคำว่า “MIND REACH” สามารถอธิบายตามลำดับ

ความหมาย ดังนี้ (1) ความจำ (Memory) (2) การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction) (3) ความต้องการความรู้ (Need Knowledge) (4) การตัดสินใจ (Decision Making) (5) การรับรู้ (Recognition) (6) ความเสมอภาค (Equality) (7) ทักษะคติ (Attitude) (8) การยกย่องให้เกียรติ (Commendation) และ (9) การสร้างความสุข (Happiness) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 การยกระดับการบริการที่เป็นเลิศจากทักษะความเอาใจใส่สู่ทักษะความเอาใจใส่พิเศษ

2. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก

เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept. Interview) ผู้ประกอบการหรือผู้ควบคุมการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรมประเภทบูติค เพื่อนำมาจัดกลุ่มองค์ประกอบย่อยของความเอาใจใส่ของพนักงานบริการโดยการดัดแปลงเป็นข้อคำถามที่ใช้ในแบบสอบถามสำรวจทักษะความเอาใจใส่ของพนักงานบริการ รวมถึงผู้ประกอบการโรงแรมประเภทบูติคหรือผู้จัดการทั่วไป ซึ่งมีบทบาทหน้าที่บริหารงานและควบคุมนโยบายการบริการแก่สมาชิกในองค์กรโดยตรง เพื่อนำไปใช้เป็นข้อสรุปเชิงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความเอาใจใส่ของพนักงานบริการในบริบทโรงแรมประเภทบูติคของไทย จากนั้นจึงนำเอาองค์ประกอบแต่ละด้านที่ผู้วิจัยให้ความสนใจมาประยุกต์เป็นความเอาใจใส่พิเศษโดยใช้วิธีการจัดประชุมกลุ่มเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบแต่ละด้าน

3. ขอบเขตด้านสถานที่

โรงแรมประเภทบูติคในประเทศไทย ที่มีรายชื่อเข้าประกวดสุดยอดโรงแรมบูติคไทย ทั้ง 4 รูปแบบ ได้แก่ (1) รูปแบบดัดแปลงอาคารเก่าแก่หรือตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน (Culture) (2) รูปแบบหรูหราและร่วมสมัย (Luxury and Modern) (3) รูปแบบอยู่ร่วมกับธรรมชาติ (Nature) และ (4) รูปแบบศิลปะสถาปัตยกรรมการออกแบบ (Art and Thematic) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการจัดประชุมเพื่อจัดทำคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความ

เอาใจใส่พิเศษ เป็นแนวทางการยกระดับการบริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย และผู้เข้าร่วมประชุมที่เป็นกลุ่มนักวิชาการด้านการบริหารธุรกิจและกลุ่มนักวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

วิธีการพัฒนาและการเรียนรู้

การพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานสามารถดำเนินการด้วยวิธีการที่หลากหลาย (Mogra, 2012; กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557: 9) ซึ่งจะต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับลักษณะของบุคคลและเป้าหมายของความเอาใจใส่พิเศษในแต่ละด้าน สามารถกำหนดรูปแบบกิจกรรมดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงวิธีการพัฒนาความเอาใจใส่พิเศษจำแนกรายด้าน

ด้าน	วิธีการพัฒนาและการเรียนรู้
1. ความต้องการความรู้ (Need Knowledge)	1. การเรียนรู้ในระหว่างการปฏิบัติงาน 2. การหมุนเวียนเปลี่ยนงาน 3. การเรียนรู้ด้วยตนเอง
2. การตัดสินใจ (Decision Making)	1. การประชุมแก้ไขปัญหาหรือการระดมสมอง 2. การมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษ
3. ความจำ (Memory)	1. การเรียนรู้ด้วยตนเอง
4. ทักษะคติ (Attitude)	1. การประชุมแก้ไขปัญหาหรือการระดมสมอง 2. การมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษ
5. การรับรู้ (Recognition)	1. การเรียนรู้ในระหว่างการปฏิบัติงาน 2. การสร้างเครือข่ายของผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน
6. การโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction)	1. การมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษ 2. การแสดงบทบาทสมมติ

ตารางที่ 1 แสดงวิธีการพัฒนาความเอาใจใส่พิเศษจำแนกรายด้าน

ด้าน	วิธีการพัฒนาและการเรียนรู้
7. ความเสมอภาค (Equality)	1. การประชุมแก้ไขปัญหาหรือการระดมสมอง 2. การมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษ
8. การยกย่องให้เกียรติ (Commendation)	1. การมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษ 2. การแสดงบทบาทสมมติ
9. การสร้างความสุข (Happiness)	1. การประชุมแก้ไขปัญหาหรือการระดมสมอง 2. การแสดงบทบาทสมมติ

จากตารางที่ 1 แสดงวิธีการพัฒนาและการเรียนรู้ของแต่ละบุคคลให้เกิดความเอาใจใส่พิเศษแบบแต่ละด้าน ซึ่งมีรายละเอียดของรูปแบบกิจกรรมและกระบวนการต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้รูปแบบกระบวนการที่หลากหลาย หรือมากกว่า 1 วิธีการ โดยรายละเอียดสามารถอธิบายเพิ่มเติมเป็น 7 ลักษณะ ได้แก่

1. การเรียนรู้ในระหว่างการปฏิบัติงาน (On the Job Training) เป็นกระบวนการฝึกอบรมระหว่างการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานโรงแรมตามฝ่ายหรือแผนกที่ได้รับมอบหมาย โดยระหว่างการฝึกอบรมจะมีหัวหน้างานหรือผู้ควบคุมการฝึกงานคอยให้คำแนะนำ พร้อมสาธิตการปฏิบัติงานอย่างเป็นลำดับขั้นตอน เพื่อให้พนักงานเกิดความรู้ความเข้าใจได้อย่างถูกต้อง

2. การประชุมแก้ไขปัญหาหรือการระดมสมอง (Brain Storming) เป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันกับสมาชิกภายในกลุ่ม โดยกำหนดหัวเรื่องหรือประเด็นที่สนใจพร้อมกับการระบุระยะเวลาสิ้นสุดของกิจกรรม สมาชิกแต่ละคนมีหน้าที่นำเสนอข้อคิดเห็นผ่านมุมมองของตนเอง พร้อมกับการบันทึกรายละเอียดที่ได้รับการเสนอจากเพื่อนสมาชิกคนอื่นภายในกลุ่ม ระหว่างการดำเนินกิจกรรมสมาชิกสามารถแสดงความคิดเห็นสนับสนุนหรือขัดแย้งได้ เพื่อค้นหาทางออกและการคัดเลือกประเด็นที่ดีที่สุดตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาในแต่ละครั้ง

3. การหมุนเวียนเปลี่ยนงาน (Job Rotation) เป็นกระบวนการที่ช่วยส่งเสริมให้พนักงานโรงแรมมีความรู้ในขอบเขตงานที่เพิ่มมากขึ้น โดยพนักงานจะต้องเริ่มต้นการเรียนรู้งานใหม่ที่มีความแตกต่างไม่คุ้นชินจากภาระหน้าที่เดิม รวมถึงข้อบังคับที่เป็นเงื่อนไขในการกำหนดภาระหน้าที่ในแต่ละตำแหน่งงานและการมอบหมายหน้าที่ของผู้บังคับบัญชา ซึ่งต้องอาศัยระยะเวลาที่จะต้องเรียนรู้ปรับตัวให้เหมาะสมกับภาระงานใหม่อยู่เสมอ

4. การมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษ (Project Assignment) เป็นกระบวนการพัฒนาความสามารถของพนักงานเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่ม โดยการกำหนดทรัพยากรและระยะเวลาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ มีกระบวนการวางแผนงาน การบริหารงาน

การติดตามผล การประเมินผล และการรายงานผล ในกรณีที่เป็นโครงการพิเศษแบบรายกลุ่มอาจจะต้องคัดสรรสมาชิกที่มีทักษะความชำนาญที่แตกต่างกันเพื่อเข้าร่วมโครงการเดียวกัน

5. การเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Learning) เป็นกระบวนการฝึกฝนทักษะความชำนาญทางวิชาชีพด้วยการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองให้มีวิธีการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง ในเบื้องต้นพนักงานจะการรับฟังคำแนะนำจากผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน สำหรับการอธิบายขอบเขตหน้าที่และการรับชมวิธีการสาธิตเท่านั้น รวมถึงการสืบค้นข้อมูลพร้อมกับการลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง

6. การสร้างเครือข่ายของผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน (Subject Matter Expert) เป็นกระบวนการฝึกอบรมโดยการประสานงานจากผู้เชี่ยวชาญพิเศษโดยใช้รูปแบบการบรรยาย เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอาชีพ อาจเป็นหน่วยงานของรัฐบาลหรือเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวของประเทศไทย

7. การแสดงบทบาทสมมติ (Role Play) เป็นกระบวนการเรียนการสอนโดยให้พนักงานแสดงบทบาทภายใต้สถานการณ์ที่ถูกกำหนดให้ โดยพนักงานสามารถวางแผนล่วงหน้าสำหรับการแก้ไขปัญหา หลังสิ้นสุดการแสดงบทบาทสมมติ จะมีการแสดงความคิดเห็นจากผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน เพื่ออธิบายให้เห็นภาพรวมของปัญหาการปฏิบัติงาน ควบคู่กับการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาที่ถูกต้องแก่พนักงานบริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพบริการให้ดียิ่งขึ้น

รูปแบบการประเมินผล

การประเมินผล หมายถึง การกำหนดเป้าหมายเพื่อความสะดวกในการพิจารณาผลลัพธ์ในการปฏิบัติของพนักงานแบบรายบุคคล โดยการประเมินผลจะเกิดขึ้นหลังเสร็จสิ้นการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงาน ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้นที่จะแสดงศักยภาพให้สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร อีกทั้งยังเป็นการเตรียมความพร้อมแก่พนักงานที่จะต้องวางแผนพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพที่สูงยิ่งขึ้นในรอบการปฏิบัติงานครั้งต่อไป (ทองพันชั่ง พงษ์วารินทร์, 2555: 71-75) สามารถนำเสนอรูปแบบการประเมินผลให้เหมาะสมกับพนักงานบริการ ได้ทั้งสิ้น 5 รูปแบบ ดังนี้

1. การเพิ่มขึ้น หมายถึง การพิจารณาจากปริมาณของผลลัพธ์ของงานตามฝ่ายหรือแผนก สามารถระบุเป็นร้อยละ เช่น ยอดขายที่เพิ่มขึ้น ระดับความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้น จำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น รวมถึงการเพิ่มจำนวนความเร็วในการปฏิบัติหน้าที่ที่สูงกว่าเงื่อนไขที่กำหนดไว้ตามวัน เวลา และเดือน ซึ่งจะต้องสะท้อนให้เห็นกระบวนการทำงานเร็วขึ้น

2. การกำหนดขั้นต่ำ หมายถึง การควบคุมผลลัพธ์การปฏิบัติงานโดยให้เป็นไปตามเงื่อนไขขั้นต่ำ สามารถคิดเป็นจำนวนร้อยละ เช่น ลดต้นทุนอย่างน้อย เข้าร่วมอบรมอย่างน้อย การผลิตอย่างน้อย เป็นต้น

3. การกำหนดไม่เกิน หมายถึง การดำเนินงานตามขอบเขตด้านเวลาที่ส่งผลให้กระบวนการปฏิบัติงานให้มีความเหมาะสมกับทรัพยากรและสภาพแวดล้อม โดยจะต้องสามารถระบุเป็นจำนวนขึ้น หรือจำนวนภาระงาน ต่อ วัน เวลา และเดือน เช่น จำนวนของเสียไม่เกินต่อวัน ความผิดพลาดไม่เกินต่อเดือน ลูกค้านั่งเรียนไม่เกินต่อวัน ความล่าช้าไม่เกินต่อเดือน

4. การเทียบเท่า หมายถึง การใช้สมรรถนะของพนักงานบริการที่ส่งผลการปฏิบัติหน้าที่ตามเป้าหมาย เช่น จำนวนผู้รับบริการ ร้อยละแห่งความสำเร็จ ค่าเท่ากับศูนย์ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังสามารถเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานจากสิ่งที่เกิดขึ้นในแต่ละไตรมาส หรือปีที่ผ่านมา

5. การควบคุมตามวัตถุประสงค์ขององค์กร หมายถึง การกำหนดกิจกรรมตามยุทธศาสตร์ขององค์กรที่มีขอบเขตหน้าที่ชัดเจน โดยมีผลลัพธ์ที่เกี่ยวกับทรัพยากรภายในองค์กรอย่างชัดเจน ได้แก่ กรอบระยะเวลา การสร้างงานใหม่ การปรับปรุง และการพัฒนางานให้ดียิ่งขึ้น



ด้านที่ 1

ความต้องการความรู้ (Need Knowledge)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้พนักงานบริการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายตามฝ่ายหรือแผนก รวมถึงกลุ่มสินค้าและบริการต่างๆ ภายในโรงแรม ตลอดจนกิจกรรมส่งเสริมการขายในแต่ละช่วงฤดูกาล
2. เพื่อให้พนักงานบริการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นของอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น เช่น เส้นทางคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว ร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก ศูนย์ประชุม สถานบันเทิง เป็นต้น
3. เพื่อให้พนักงานบริการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมของผู้รับบริการที่มีความหลากหลายตามภูมิภาคต่างๆ ที่สามารถปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยในปัจจุบัน เช่น วัฒนธรรม ศาสนา ภาษา เป็นต้น
4. เพื่อให้พนักงานบริการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศและภาษาต่างประเทศที่ใช้สื่อสารกับผู้รับบริการ

อุปกรณ์

1. คอมพิวเตอร์วางตั้ง
2. โทรศัพท์เคลื่อนที่สำหรับสาธิต

วิธีการดำเนินงาน

1. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานอธิบายภาระหน้าที่ของตำแหน่งงานบริการตามฝ่ายหรือแผนกที่ได้รับมอบหมายในโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก พร้อมกับวิธีการปฏิบัติงานที่ได้มาตรฐานที่สอดคล้องกับขนาดองค์กร รวมถึงองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบริการภายในโรงแรม ได้แก่ งานครัว (Food Production) งานห้องห้องพัก (Room Division) งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage)
2. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานอธิบายองค์ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว และนโยบายสนับสนุนของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) ของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ อีกทั้งการกำหนดกิจกรรมการศึกษาดูงานแหล่งท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นที่เป็นจุดสำคัญของเมืองหรือจังหวัด

3. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานอธิบายความแตกต่างพฤติกรรมของผู้รับบริการในแต่ละภูมิภาค เพื่อสร้างความเข้าใจด้านพหุวัฒนธรรม ค่านิยม และข้อปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อส่วนบุคคล

4. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานได้อธิบายความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแบบรายบุคคล เช่น การใช้สื่อสังคมออนไลน์ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูง การใช้โปรแกรมแปลภาษาออนไลน์ เป็นต้น ตลอดจนการถ่ายทอดความรู้ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษในระดับเบื้องต้นในงานโรงแรมแก่พนักงานบริการ

รูปแบบกิจกรรม

1. การหมุนเวียนเปลี่ยนงานแก่พนักงานบริการที่มีความสนใจต้องการเรียนรู้ในตำแหน่งงานต่างๆ ภายในโรงแรมประเภทบูติค ได้ลองฝึกปฏิบัติทักษะการทำงานข้ามฝ่ายหรือแผนก ภาย โดยพนักงานจะต้องสามารถแนะนำรายละเอียดพร้อมขั้นตอนการปฏิบัติซึ่งกันและกัน

2. การเรียนรู้ด้วยตนเองจากการศึกษาคูงานในแหล่งท่องเที่ยวทั้งเชิงนิเวศและเชิงวัฒนธรรมภายในท้องถิ่น พร้อมรับฟังคำแนะนำเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคจากผู้ที่มีประสบการณ์ในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

3. การเรียนรู้ในระหว่างการทำงานจากผู้บรรยาย โดยพนักงานบริการจะดำเนินการรับชมกระบวนการสาธิต พร้อมกับการฝึกปฏิบัติเกี่ยวข้องกับวิธีการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เช่น การใช้สื่อสังคมออนไลน์ การใช้โปรแกรมแปลภาษาออนไลน์ เป็นต้น รวมถึงการฝึกฝนทักษะด้านภาษาในระดับที่สามารถสื่อสารเบื้องต้นกับผู้รับบริการชาวต่างชาติ

ระยะเวลาการจัดกิจกรรม

70 นาที

การประเมินผล

1. พนักงานบริการสามารถสร้างสรรค์สินค้าที่มีคุณลักษณะของสินค้าและบริการตามมาตรฐาน ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90

2. พนักงานบริการสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและแหล่งบริการได้ไม่ต่ำกว่า 6 รายการ

3. พนักงานบริการมีความสามารถให้บริการผู้รับบริการชาวต่างชาติได้ไม่น้อยกว่า 10 ราย ต่อ เดือนหรือ พนักงานบริการสามารถใช้โปรแกรมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร อย่างน้อย 3 รายการ

การสร้างองค์ความรู้ใหม่

กระบวนการแบ่งปันหรือเผยแพร่ความรู้ภายในองค์กรต้องอาศัยการออกแบบกระบวนการหลากหลายรูปแบบ เพื่อให้ทรัพยากรมนุษย์ได้เรียนรู้เข้าใจอย่างลึกถึงแนวคิดที่สามารถนำกลับไปพัฒนาองค์กรต่อไปได้ ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ (1) การสร้างบรรยากาศในการส่งเสริมการเรียนรู้ของพนักงานแต่ละแผนก (2) การปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ (3) บทบาทของหัวหน้าแผนกหรือผู้บริหารระดับสูงที่มีส่วนช่วยในการเผยแพร่องค์ความรู้ (4) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ความรู้ในแต่ละช่องทางต่างๆ และ (5) การส่งเสริมแรงจูงใจแก่สมาชิกในองค์กรเพื่อกระตุ้นการเผยแพร่ความรู้ใหม่อยู่เสมอ ซึ่งข้อค้นพบยังสามารถอธิบายได้ว่าองค์กรประเภทการผลิตมีการจัดการความรู้ใหม่แก่สมาชิกในองค์กรที่ดี องค์กรประเภทการบริการ นอกจากนี้ข้อจำกัดขององค์กรในการสร้างองค์ความรู้ใหม่มีความเกี่ยวข้องกับข้อพนักงานโดยตรง เนื่องจากความหลากหลายในสายอาชีพและภาระงานที่ได้รับมอบหมายมีความแตกต่างกันจึงเป็นอุปสรรคสำคัญอีกหนึ่งประการ ที่ไม่สามารถยืนยันได้ว่าพนักงานแต่ละแผนกมีองค์ความรู้อยู่ในระดับใด (ประศาสน์ นิยม, 2555)

ความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว

สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมา นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนจะสามารถสัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ ซึ่งเป็นการสร้างแรงจูงใจในการเดินทางกลับมาซ้ำในครั้งต่อไป อีกทั้งทรัพยากรจะมีส่วนช่วยในการเสริมสร้างประสบการณ์การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยจะต้องคำนึงถึงศักยภาพของพื้นที่ให้สอดคล้องกับปริมาณนักท่องเที่ยวให้เกิดความเหมาะสม เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมสำหรับการส่งต่อไปยังบุคคลรุ่นหลังได้ รวมถึงการปลูกฝังจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาจากต่างพื้นที่ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (1) ทรัพยากรที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา ชายหาดทะเล หนองน้ำ ป่าไม้ ทุ่งหญ้า เป็นต้น และ (2) ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้นในลักษณะของสิ่งปลูก กิจกรรมที่ปฏิบัติ ตลอดจนการสร้างสิ่งประดิษฐ์หลากหลายรูปแบบ โดยอาศัยพื้นฐานวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ นอกจากนี้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จะเป็นจุดดึงดูดความสนใจแล้วจำเป็นจะต้องอาศัยกลุ่มธุรกิจบริการ เช่น ธุรกิจขนส่ง (Transpiration) โรงแรม (Hotel) ภัตตาคาร (Restaurant) ร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก (Souvenir) บริษัทจัดนำเที่ยว (Travel Agent) การจัดประชุมสัมมนา การจัดแสดงสินค้าและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (MICE) (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และ เพ็ญศิริ ศรีอำภา, 2557)

ความรู้ตำแหน่งงานบริการและขอบเขตที่ควรรู้เกี่ยวกับงานโรงแรม

ASEAN MRA (ASEAN Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professional) เป็นข้อตกลงยอมรับร่วมกันในคุณสมบัติของผู้ปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวในประชาคมอาเซียน ประกอบด้วย 2 สาขาวิชาชีพหลัก ได้แก่ สาขาธุรกิจท่องเที่ยว (Travel) และสาขาธุรกิจโรงแรม (สถาบันพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว, 2558) ซึ่งในสาขาธุรกิจโรงแรมสามารถปฏิบัติงาน 4 แผนก 32 ตำแหน่งงาน ได้แก่

(1) งานครัว (Food Production) มีหน้าที่ในการประกอบอาหารคาวหวานจำแนกตามกลุ่มผู้รับบริการแต่ละประเทศ หรือตามรสนิยมความต้องการของผู้รับบริการ โดยจะต้องประสานงานไปยังงานบริการอาหารและเครื่องดื่ม ประกอบด้วย 7 ตำแหน่งงาน ได้แก่ พ่อครัว (Executive Chef) รองพ่อครัว (Demi Chef) หัวหน้าพ่อครัว (Commis Chef) พ่อครัวขนมหวาน (Chef de Partie) ผู้ช่วยพ่อครัวขนมหวาน (Commis Pastry) พนักงานขนมปัง (Baker) และพนักงานแร่เนื้อ (Butcher)

(2) งานห้องแม่บ้าน (Housekeeping) มีหน้าที่หลักในการทำความสะอาดห้องพักและการจัดเตรียมความเรียบร้อยบริเวณต่างๆ ในโรงแรมผู้รับบริการ โดยจะต้องประสานงานไปยังงานบริการงานต้อนรับส่วนหน้า ประกอบด้วย 6 ตำแหน่งงาน ได้แก่ ผู้จัดการแผนกแม่บ้าน (Executive Housekeeping) ผู้จัดการแผนกซักรีด (Laundry Service) หัวหน้างานดูแลห้องพัก (Room Supervisor) พนักงานซักรีด (Laundry Attendant) พนักงานดูแลห้องพัก (Room Attendant) และพนักงานทำความสะอาดพื้นที่ทั่วไป (Public Area)

(3) งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) มีหน้าที่ในการจัดเตรียมอุปกรณ์สำหรับการรับประทานอาหารและอำนวยความสะดวกผู้รับบริการในภัตตาคารหรือห้องอาหารภายในโรงแรม ประกอบด้วย 5 ตำแหน่งงาน ได้แก่ ผู้อำนวยการแผนกอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage Director) ผู้จัดการแผนกอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage Outlet Manager) หัวหน้าพนักงานบริการ (Head Waiter) พนักงานนักผสมเครื่องดื่ม (Bartender) และพนักงานบริการ (Waiter)

(4) งานต้อนรับส่วนหน้า (Front Office) มีหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือด้านข้อมูลข่าวสารแห่งแรกของผู้รับบริการ ซึ่งเป็นงานที่จะต้องใช้ทักษะความสามารถด้านการสื่อสารรอบด้านมากที่สุดภายในโรงแรม ประกอบด้วย 5 ตำแหน่งงาน ได้แก่ ผู้จัดการแผนกต้อนรับส่วนหน้า (Front Office Manager) หัวหน้าของพนักงานต้อนรับส่วนหน้า (Front Office Manager) หัวหน้างานแผนกต้อนรับส่วนหน้า (Front Office Supervisor) พนักงานต้อนรับส่วนหน้า (Reception) พนักงานรับโทรศัพท์ (Telephone Operation) และพนักงานชนสัมพันธ์ (Bell Boy)

ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวในประเทศไทย

(1) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย: เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่วางแผนการเดินทางด้วยบริษัทจัดนำเที่ยว โดยระยะเวลาการพำนักอาศัยตั้งแต่ 1-2 สัปดาห์ มีวัตถุประสงค์สำหรับการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ นิยมวางแผนการเดินทางด้วยบริษัทจัดนำเที่ยว กลุ่มที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวในไทยสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง คือ นักท่องเที่ยวชาวจีน (น้ำฝน จันทร์นวล, 2555) ซึ่งมีปัจจัยสนับสนุนในการตัดสินใจท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก การกำหนดค่าบริการมีความเหมาะสม และความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ ความนิยมของนักท่องเที่ยวได้เกิดการบอกต่อกันแบบปากต่อปากในกลุ่มของนักท่องเที่ยวรายใหม่อยู่เสมอ อีกทั้งนักท่องเที่ยวยังมีความนิยมเดินทางไปศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมไทยภายในเขตชุมชนเก่าแก่มากกว่าการเดินทางไปเที่ยวในสถานบันเทิง (เลิศพร ภาระกุล, 2558)

(2) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรป: เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่วางแผนการเดินทางด้วยตนเองจากการค้นหาข้อมูลจากช่องทางประชาสัมพันธ์ต่างๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะไม่เลือกพึ่งพาบริษัทจัดนำเที่ยว ส่วนมากจะนิยมเดินทางมาประเทศไทยอย่างน้อย 2-3 ครั้ง บางครั้งอาจเดินทางมาคนเดียวหรือเดินทางมากลุ่มเพื่อนที่ใช่คณะเดินทาง โดยการเลือกสถานที่แหล่งท่องเที่ยวอันดับต้นๆ ที่เป็นชายหาดทะเล จะเลือกที่พักแรมที่มีอัตราค่าบริการสูงประมาณ 501 – 1,000 ยูโร (อมรรัตน์ วงศ์เป็ง, 2552) เช่นเดียวกับผลงานวิจัยของมุลฮันมัด และซัน (Mohammad and Son, 2010) อธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปมีแรงผลักดันมาจากความแปลกใหม่ของสถานที่ท่องเที่ยวในแถบเอเชีย มีความหลากหลายด้านทรัพยากร เช่น วัฒนธรรม ภาษา ประเพณี ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ เป็นต้น รวมถึงปัจจัยสนับสนุนที่เกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ของคนในท้องถิ่นที่สามารถต้อนรับด้วยความเอาใจใส่ นอกจากนี้ สุณี เพ็ชรงาม (2553) ยังพบว่า ความพึงพอใจกับกลุ่มธุรกิจบริการประเภทต่างๆ ที่ผสมผสานเอกลักษณ์ของไทย เช่น ภัตตาคาร โรงแรม ร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก รวมถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวภายในไทยที่มีความปลอดภัย

(3) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน: เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาสำหรับการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยประมาณ 1-3 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 96 จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้ง เป็นนักท่องเที่ยวที่ออกเดินทางเป็นกลุ่มขนาดเล็กมีจำนวนสมาชิกไม่มาก ภาพลักษณ์ในมุมมองของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ 3 อันดับแรก ได้แก่ (1) รสชาติของอาหารไทย (2) วัฒนธรรมไทย และ (3) ชายหาดทะเลไทย สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปมากที่สุด คือ การได้รับคำแนะนำเพื่อนและญาติสมาชิกในครอบครัวที่เคยเดินทางมาแล้ว (กวิณ วงศ์ลีดี และคณะ, 2554) ในขณะที่ พบพร โอทกานนท์ และเยาวภา ปฐมศิริกุล (2556) นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันให้ความสำคัญกับภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวไทยมีส่วนเกี่ยวข้องกับสิ่งดึงดูดใจในพื้นที่และกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยว พร้อมกับคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือได้ เช่น ผู้นำเที่ยว โรงแรม ร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก รถแท็กซี่โดยสาร เป็นต้น

ความรู้เกี่ยวกับภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับโรงแรมประเภทบูติก

(ภัทรพร สหวัฒน์พงศ์, 2558)

- **Greeting**

พนักงาน: Good Morning, Welcome to Boutique Hotel ,sir How may I assist you ?

ผู้รับบริการ: I'm Checking In.

พนักงาน: Do you have a reservation ? Could you spell your name please ?

ผู้รับบริการ: It's under the name of Mr. James Woo. J-A-M-E-W-O-O.

พนักงาน: Let's me see. Here it is. You booked a single room, 3 days and 2 nights

ผู้รับบริการ: That's right, from 7th – 8th September.

พนักงาน: Your room number 204. Do you have any bags?

ผู้รับบริการ: Yes, two.

- **Cannot**

ผู้รับบริการ: What landmarks would you introduce to me?

พนักงาน: I am apologize, I wall call the manager for support you.

- **Say Goodbye**

ผู้รับบริการ: I am checking out, Here is the key card.

พนักงาน: Waite a moment please, everything is all right. Goodbye, hope you come back again.

- **Vocabulary for explaining direction**

ผู้รับบริการ: Where's the pool bar ?

พนักงานบริการ: First, take the lift to the first floor. Then, walk along the corridor and it is on the left.

(Into / Out of / Walk toward / Go straight on / In front of / Next to)

(Go over/ Go across / Along / Past / At the bottom of / At the top of)

ด้านที่ 2

การตัดสินใจ (Decision Making)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถนำประสบการณ์จากการปฏิบัติงานครั้งก่อนๆ เข้ามาพัฒนาการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น
2. เพื่อให้พนักงานบริการคาดคะเนความต้องการของผู้รับบริการ โดยพิจารณาจากจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินมาเข้าพักในแต่ละครั้ง
3. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาการบริการที่เหนือความคาดหมายของผู้รับบริการ

อุปกรณ์

1. กระดานสำหรับการนำเสนอ
2. แบบบันทึกการออกแบบความคิดสร้างสรรค์

วิธีการดำเนินงาน

1. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานกำหนดให้พนักงานนำเสนอประสบการณ์ที่เป็นข้อผิดพลาดที่เกิดจากกระบวนการให้บริการและวิธีแก้ไขปัญหาเป็นรายบุคคล
2. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานได้แนะนำหลักการคิดวิเคราะห์การบริการให้เหมาะสมกับจำนวนสมาชิกที่ร่วมเข้าพัก พร้อมกับการเสนอแนะการจัดบริการพิเศษให้เหมาะสมกับช่วงอายุของสมาชิก
3. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานได้กำหนดกิจกรรมที่ส่งเสริมความคิดเชิงสร้างสรรค์ในธุรกิจบริการแก่พนักงานบริการแบบรายบุคคล โดยให้ออกแบบการบริการด้วยตนเองอย่างอิสระ

รูปแบบกิจกรรม

1. กิจกรรมการมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษแก่พนักงาน โดยการให้พนักงานแต่ละคนนำเสนอปัญหาที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการให้บริการจากกรณีศึกษา “ผู้รับบริการพบสิ่งลึกลับเหนือธรรมชาติภายในห้องพักในยามวิกาล” และกำหนดสมาชิกวิเคราะห์วิธีการแก้ไขปัญหาในแต่ละประเด็นตามความคิดเห็นส่วนบุคคลลงในแบบปัญหาจากกระบวนการให้บริการหน้าที่ 427
2. กิจกรรมการประชุมแก้ไขปัญหาหรือการระดมสมองจากสมาชิกจำนวน 2 กลุ่ม ที่ดำเนินการออกแบบรูปแบบสินค้าและบริการที่มีความแปลกใหม่ พร้อมระบุรายละเอียดลงในแบบ

บันทึกและการออกแบบความคิดสร้างสรรค์หน้าที่ 427 จากนั้นส่งตัวแทนสมาชิกจำนวน 1 คน ออกมานำเสนอตามหลักแนวคิดทฤษฎีความคิดเชิงสร้างสรรค์

ระยะเวลาการจัดกิจกรรม

50 นาที

การประเมินผล

1. มีระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการโดยรวม ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60
2. การปฏิบัติงานจะต้องไม่ขัดแย้งกับนโยบายขององค์กร
3. ผู้รับบริการรอคอยการบริการไม่เกิน 30 นาที ต่อ คน และสำหรับแผนกต้อนรับส่วนหน้าต้องไม่เกิน 10 นาที ต่อ คน
4. มีรูปแบบการบริการที่มีความสะดวกสบายมากขึ้น หรือมีความสวยงาม หรือมีความแปลกใหม่ อย่างน้อย 1 รายการ ต่อ 3 เดือน

หลักการสำคัญในการตัดสินใจ

จุดเริ่มต้นของการตัดสินใจต้องมาจากวิสัยทัศน์การบริหารจัดการองค์กรของผู้บริหารระดับสูงสุด ที่จะต้องกำหนดนโยบาย เพื่อเป็นทิศทางการปฏิบัติงานในแต่ละแผนกให้สอดคล้องกับระยะเวลา งบประมาณ และทรัพยากรต่างๆ ภายในองค์กร ซึ่งผู้บริหารระดับสูงจะต้องนิยามปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อทำความเข้าใจถึงสาเหตุอย่างแท้จริง หลังจากนั้นจะต้องวิเคราะห์หาทางออกในการแก้ไขปัญหาให้เป็นไปตามนโยบาย และการคัดเลือกวิธีการแก้ไขปัญหาที่ดีที่สุดแก่องค์กรให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น (จารุวรรณ วิจิตรวงศ์วาน, 2556) อย่างไรก็ตาม กระบวนการตัดสินใจภายใต้ความไม่แน่นอนหรืออยู่ในสถานะความเสี่ยงสูง จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการตัดสินใจตามสถานการณ์ที่เผชิญอยู่ สิ่งสำคัญที่สุดของหลักการตัดสินใจดีมีประสิทธิภาพจะต้องมีการติดตามผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนการใช้เทคนิคพิเศษร่วมกับการตัดสินใจด้วยวิธีการที่หลากหลาย เช่น การใช้วิจารณ์ญาณ การใช้ควบคุมสถานการณ์ การระดมสมอง เป็นต้น ทั้งนี้ ต้องอาศัยความรู้พื้นฐานด้านการบริหารจัดการของผู้บริหาร และการใช้ประสบการณ์ที่เคยผ่านมาแล้วในครั้งก่อน (สิทธิพร ประวัตรุ่งเรือง และสมยศ อวเกียรติ, 2557)

การตัดสินใจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์

การคิดเชิงสร้างสรรค์เป็นการจัดการความคิดในแง่บวกที่จะต้องแสดงออกถึงการสื่อสารที่สามารถสร้างกำลังใจแก่ผู้อื่น อีกทั้งจะต้องเป็นการกระทำที่ไม่ทำร้ายใคร ร่วมกับการประเมินค่าโดยปราศจากอคติ ตลอดจนการสร้างความคิดใหม่ที่ยังไม่เคยมีมาก่อน โดยเริ่มจากการกำหนดวัตถุประสงค์ของการตัดสินใจร่วมกับการกำหนดขอบเขตระยะเวลาที่คาดว่าจะสิ้นสุดที่ชัดเจน (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2556) แต่สำหรับ Guilford (1971) อธิบายว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง การใช้ทักษะทางความคิดอย่างรอบคอบ เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ซึ่งจะต้องไม่ซ้ำกับผู้อื่น โดยอาศัยองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้ (1) ความคิดริเริ่ม (Originality) เป็นลักษณะความคิดแปลกใหม่ สามารถแก้ไขปัญหาโดยไม่เคยมีใครเคยทำได้มาก่อน (2) ความคิดคล่องตัว (Fluency) เป็นความคิดที่ช่วยลดระยะเวลาการปฏิบัติหน้าที่หรือกระบวนการให้สั้นลง (3) ความยืดหยุ่น (Flexibility) เป็นการระดมความคิดที่หลากหลายรูปแบบ โดยมีวัตถุประสงค์ที่มุ่งสู่วิธีการแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น (4) ความคิดละเอียดละออ (Elaboration) เป็นการใช้ทักษะความคิดอย่างถี่ถ้วนและรอบคอบ เพื่อหาทางเลือกได้อย่างแม่นยำมากที่สุด อีกทั้งยังช่วยลดความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต



แบบบันทึก
ปัญหาจากกระบวนการให้บริการ

แผนก สถานประกอบการ

ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

.....

วิธีการแก้ไขปัญหา

.....

.....

.....

.....

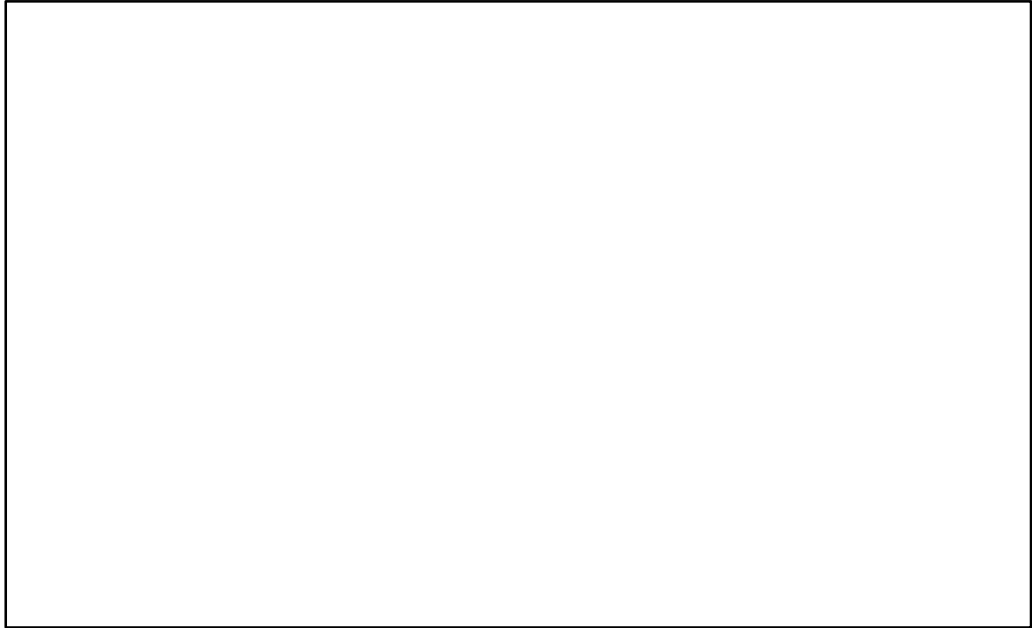
.....

.....

.....

แบบบันทึก
การบริการสร้างสรรค์

แผนก ชื่อบริการ



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านที่ 3

ความจำ (Memory)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้พนักงานบริการเกิดกระบวนการฝึกฝนทักษะการจดจำรายละเอียดและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้รับบริการ
2. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถสังเกตพฤติกรรมของผู้รับบริการและปฏิกิริยาการตอบสนองต่อการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานบริการ รวมถึงสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาเข้าพักของผู้รับบริการแต่ละราย เช่น ครอบครัว คณะทำงาน เพื่อนฝูง เป็นต้น
3. เพื่อให้พนักงานบริการเกิดการสืบค้นข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของผู้รับบริการเพิ่มเติมจากช่องทางต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม

อุปกรณ์

1. แบบบันทึกรายละเอียดของข้อมูลจากความจำ การสังเกต และการสืบค้น
2. ภาพถ่าย
3. โทรศัพท์เคลื่อนที่

วิธีการดำเนินงาน

1. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานได้กำหนดให้พนักงานบริการจดจำข้อมูลสำคัญของผู้รับบริการ ที่ปรากฏอยู่ในบัตรประชาชน หรือหนังสือเดินทาง เช่น ชื่อ-นามสกุล วันเดือนปีเกิด ภูมิลำเนา ศาสนา สัญชาติ หมู่โลหิต เป็นต้น หรือข้อมูลจากระบบการสำรองห้องพักของโปรแกรมสำเร็จรูปในแผนกบริการงานส่วนหน้า
2. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานกำหนดให้พนักงานบริการเป็นผู้ริเริ่มการสังเกตและจดจำรายละเอียดรูปรพรรณสัณฐานที่บ่งบอกถึงลักษณะความเป็นตัวตนของผู้รับบริการแต่ละราย เช่น รูปร่าง บุคลิกภาพ เป็นต้น รวมถึงจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางของผู้รับบริการแต่ละราย เช่น ครอบครัว คณะทำงาน เพื่อนฝูง เป็นต้น
3. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานกำหนดให้พนักงานบริการฝึกฝนทักษะการสังเกตในระหว่างการให้บริการ เมื่อผู้รับบริการมีปฏิกิริยาตอบสนองทางร่างกาย เช่น การแสดงสีหน้า การลุกขยับตัว เป็นต้น เพื่อเป็นการวางแก้ไขปัญหาระหว่างการบริการ
4. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานกำหนดให้พนักงานบริการให้ความสำคัญกับการสืบค้นหรือตรวจสอบข้อมูลที่ปรากฏในระบบการสำรองห้องพักล่วงหน้าของโรงแรม เช่น หมายเลขห้องพัก สิ่งที่ผู้บริการร้องเรียน หรือเคยร้องขอพิเศษเพิ่มเติม จากช่องทางต่างๆ ของโรงแรม เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) กลุ่มเว็บไซต์สำรองการบริการเพื่อการท่องเที่ยว (OTA: Online Travel Agent) เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการจัดเตรียมการบริการและลดความผิดพลาดจากปัญหาครั้งที่ผ่านมา

รูปแบบกิจกรรม

1. กิจกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองเกี่ยวกับวิธีการจดจำข้อมูลที่สำคัญของพนักงานบริการ จากเอกสารสำคัญที่ใช้ในการสำรองห้องพักและเอกสารอื่นที่มีข้อมูลของผู้รับบริการที่ปรากฏ โดยใช้ระยะเวลาไม่เกิน 2 นาที พร้อมระบุรายละเอียดลงในแบบบันทึกรายละเอียดของข้อมูลจากความจำ การสังเกต และการสืบค้น หน้าที่ 431

2. กิจกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองจากการค้นหาข้อร้องเรียนหรือข้อคิดเห็นจากช่องทางออนไลน์ เพื่อการจดจำรายละเอียดที่เกี่ยวกับผู้รับบริการรายเก่า พร้อมระบุรายละเอียดลงในแบบบันทึกรายละเอียดของข้อมูลจากความจำ การสังเกต และการสืบค้น หน้าที่ 432

ระยะเวลาการจัดกิจกรรม

40 นาที

การประเมินผล

1. พนักงานบริการสามารถจดจำข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับบริการ จำนวน 3 รายการขึ้นไป
2. พนักงานบริการมีข้อผิดพลาดในการให้บริการแก่ผู้รับบริการรายเก่าไม่เกิน 1 ครั้งต่อ 3 เดือน

การสร้างความสำเร็จที่ดี

การจดจำเรื่องราวเป็นข้อพิสูจน์ให้เห็นถึงศักยภาพทางสมองของมนุษย์ ที่มีหน้าที่สำหรับการบรรจุข้อมูลหลากหลายส่วนในช่วงระยะเวลาหนึ่ง โดยมีกระบวนการทำความเข้าใจในสิ่งที่พบเจอ การวิเคราะห์หาสาเหตุ การใช้เหตุผลในการตัดสินใจ และการออกแบบวิธีการแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม ทักษะการจำจจะมีพัฒนาการอย่างเป็นลำดับ โดยเริ่มต้นมาในช่วงอายุตั้งแต่วัยแรกเกิดจนถึงช่วงวัยผู้สูงอายุ ปัญหาที่เกิดขึ้นเมื่อประชากรเข้าสู่วัยผู้สูงอายุจำนวนมากจะมีทักษะความจำที่เริ่มเสื่อมถอยลดลง องค์ประกอบของความจำมีความสัมพันธ์กับ (1) การพูดการได้ยิน (2) การมองเห็นการสัมผัส (3) การเชื่อมโยงขณะใช้ความคิด (4) พื้นที่สำหรับการจัดเก็บข้อมูลชั่วคราว ซึ่งแนวทางการส่งเสริมความจำที่ดี จำเป็นต้องฝึกการออกกำลังกายสมอง (Cognitive Training) อาศัยกิจกรรมการฝึกคิดวิเคราะห์ โดยการเรียงลำดับสิ่งที่เกิดขึ้นก่อน-หลังภายในระยะเวลาที่กำหนด เพื่อกระตุ้นกำลังทางสมองในการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ และการใช้ทักษะการสืบค้นข้อมูลจากสภาพแวดล้อมภายนอก ร่วมกับการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ เช่น แอโรบิค การเคลื่อนไหวร่างกายแบบง่าย เป็นต้น พร้อมทั้งคัดสรรรายการอาหารที่มีคุณประโยชน์ต่อสมอง (อัญชุนา จุลศิริ และเสรี ชัดรัมย์, 2557)

เทคนิคการสังเกต

- การสื่อสารโดยใช้ภาษากาย (Body Language) พนักงานบริการสามารถสังเกตได้จากการเคลื่อนไหวของร่างกาย และการแสดงออกผ่านสีหน้า จำเป็นต้องอาศัยทักษะทางด้านปัญญาในการตีความ บางครั้งการแสดงออกทางร่างกายอาจขัดแย้งกับความเป็นจริง (สถาบันพัฒนาพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว, 2558) ดังนั้นผู้เฝ้าสังเกตการต้องใช้การไตร่ตรองอย่างมีวิจารณญาณให้รอบคอบมากยิ่งขึ้น ได้แก่
 - การใช้สัญลักษณ์ ยกตัวอย่างเช่น การยกมือปิดปาก ที่สามารถตีความได้ว่าต้องการเงียบปราศจากการรบกวนโดยทันที
 - การแสดงออกด้วยการเคลื่อนไหวของร่างกายและการสีหน้า ยกตัวอย่างเช่น การส่ายหัวที่แสดงความต้องการสื่อสารในสิ่งที่ไม่ชอบ การขมวดคิ้วที่แสดงความต้องการสื่อสารว่ากำลังไม่พอใจสิ่งใดสิ่งหนึ่ง



แบบบันทึก
ความจำ

	ชื่อ-นามสกุล	ภูมิลำเนา	วันเกิด	อื่นๆ
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				

ด้านที่ 4

ทัศนคติ (Attitude)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้พนักงานบริการมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ตนเอง และผู้รับบริการ รวมถึงการปลูกฝังจิตบริการ (Service Mind) ในภาระหน้าที่งานของตนเองที่ได้รับมอบหมายและการดำเนินชีวิตประจำวัน
2. เพื่อให้พนักงานบริการมีคุณธรรมจริยธรรมในการประกอบอาชีพ ตระหนักถึงความสำคัญในการดูแลรักษาทรัพย์สินของผู้รับบริการ และสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เพื่อนร่วมงานภายในองค์กร ตลอดจนการดูแลรักษาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมไม่ให้เกิดผลกระทบต่อท้องถิ่น รวมถึงมีความพร้อมอุทิศตนเพื่อช่วยเหลือชุมชนและสังคมในบริเวณโรงแรม

อุปกรณ์

1. ภาพถ่าย
2. แบบบันทึกการกำหนดเป้าหมายในอาชีพ
3. กระดานสำหรับการนำเสนอ

วิธีการดำเนินงาน

1. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานได้อธิบายถึงความสำคัญในการกำหนดเป้าหมายการปฏิบัติงาน การส่งเสริมให้พนักงานบริการเกิดความกระตือรือร้นในการประกอบอาชีพ และสร้างความจงรักภักดีต่อองค์กร โดยบันทึกรายละเอียดของลงในแบบบันทึกการกำหนดเป้าหมายในอาชีพ
2. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานได้กำหนดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้พนักงานบริการเกิดจิตสำนึกในการตระหนักห่วงหาพันทรัพยากรภายในองค์กร และเรียนรู้หลักการปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์แก่ผู้รับบริการ รวมถึงการเรียนรู้การคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายในทำเลที่ตั้งของกิจการ ตลอดจนการอุทิศตนเพื่อชุมชนด้วยความเต็มใจ
3. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานได้กำหนดกิจกรรมการศึกษาดูงานบริการโรงแรมนอกสถานที่ โดยพนักงานจะต้องเข้าไปเรียนรู้แนวทางการบริการที่มีมาตรฐานได้รับการยอมรับในระดับสากล เพื่อนำมาเป็นแรงบันดาลใจในการปฏิบัติงานได้อย่างมืออาชีพ

รูปแบบกิจกรรม

1. การมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษจากผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน กำหนดให้พนักงานบริการบันทึกรายละเอียดลงในแบบบันทึกการกำหนดเป้าหมายในอาชีพหน้าที่ 438 พร้อมรับฟังการบรรยายเกี่ยวกับความสำคัญของการปลูกฝังทักษะการบริการที่เหมาะสม
2. การประชุมแก้ไขปัญหาหรือการระดมสมองของพนักงานบริการ โดยดำเนินการแบ่งสมาชิกจำนวน 2 กลุ่ม เพื่อออกแบบกระบวนการป้องกันปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายในลำที่ตั้งของกิจการ สามารถอ้างอิงได้จากบทบรรยายของวิทยากร และบันทึกรายละเอียดลงในแบบบันทึกการป้องกันปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในโรงแรมหน้าที่ 439
3. การมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษจากผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน สำหรับศึกษาดูงานบริการโรงแรมที่มีมาตรฐานและได้รับความนิยมนจากกลุ่มเว็บไซต์สำรวจการบริการ เพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องมีระดับคะแนนความพึงพอใจไม่ต่ำกว่า 4

ระยะเวลาการจัดกิจกรรม

40 นาที

การประเมินผล

1. พนักงานบริการมีอัตราการขาด ลา มาสายไม่เกิน 3 ครั้ง ต่อ เดือน
2. พนักงานบริการมีข้อเสนอแนะต่อองค์กรที่เป็นประโยชน์อย่างน้อย 1 เรื่อง ต่อ คน ต่อ เดือน
3. ลดค่าใช้จ่ายการดำเนินงานลดลง ร้อยละ 5
4. ไม่พบข้อร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมจากชุมชนท้องถิ่น

ทัศนคติและความเกี่ยวข้องกับพนักงาน

มุมมองส่วนบุคคลที่แสดงออกเป็นข้อคิดเห็นเชิงบวกและเชิงลบ สามารถใช้เป็นแนวทางการประเมินผลการปฏิบัติงานแก่พนักงานแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ (1) ทัศนคติที่มีต่อการปฏิบัติหน้าที่ที่มีความเกี่ยวข้องกับลักษณะหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย พร้อมกับการวิเคราะห์โอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่ ตลอดจนความสัมพันธ์กับสมาชิกคนอื่นภายในองค์กร (2) ทัศนคติที่มีต่อองค์กรที่สามารถพิจารณาได้จากสภาพแวดล้อมขององค์กร นโยบายที่ตัวกำหนดเป้าหมายในการปฏิบัติงานจากผู้บริหาร รวมถึงการจัดสรรค่าตอบแทนและสวัสดิการ (3) ทัศนคติที่มีต่อความจงรักภักดี โดยพนักงานจะขี้แฉงเมื่อมีคนให้ร้ายองค์กร และความพร้อมในการอุทิศตนเพื่อการปฏิบัติงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ (วีราภรณ์ บุตรทองดี, 2557) สำหรับพนักงานบริการทัศนคติเป็นแนวความคิดที่มีความละเอียดอ่อนจึงต้องอาศัยหลักธรรมเพื่อเป็นกรอบในการปฏิบัติงาน โดยพนักงานจะต้องมีความรักในหน้าที่การงานที่ได้รับมอบหมายด้วยใจจริง การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานที่ดี การจัดเตรียมการบริการก่อนผู้รับบริการจะเดินทางมาถึง และการดูแลรักษาผลประโยชน์ของผู้รับบริการด้วยความปลอดภัย (รฐา ดุริยางกูล และระพีพร ศรีจำปา, 2558)

มาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน

การวางแผนการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในโรงแรมเพื่อการรักษาสมดุลของทรัพยากรให้เกิดความเหมาะสมและไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่น พร้อมทั้งการจัดกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมให้พนักงานและผู้รับบริการมีส่วนช่วยในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และมีการตรวจสอบขั้นตอนการปฏิบัติตามแบบแผนที่ได้กำหนดเอาไว้ (The ASEAN Secretariat, 2016) ภายใต้แนวคิด 3Rs+1R หรือ 4Rs ประกอบด้วย (1) ลดการเกิดของเสีย (Reduce) (2) สนับสนุนการกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) (3) นำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) และ (4) การบันทึก (Records) มีทั้งสิ้น 11 หมวดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 มาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน

หมวด	คำอธิบาย
1	ด้านนโยบายสิ่งแวดล้อมและการดำเนินงาน
2	ด้านการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
3	ด้านความร่วมมือกับชุมชนและองค์กรส่วนท้องถิ่น
4	ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
5	ด้านการจัดการขยะ
6	ด้านประสิทธิภาพของพลังงาน
7	ด้านประสิทธิภาพน้ำและคุณภาพน้ำ
8	ด้านการจัดการคุณภาพอากาศ
9	ด้านการจัดการเสียง
10	ด้านการน้ำเสียและการบำบัดน้ำเสีย
11	ด้านการจัดการขยะมีพิษและขยะอันตราย

หมวดที่ 1 ด้านนโยบายสิ่งแวดล้อมและการดำเนินงาน: การกำหนดนโยบายวางแผนกิจกรรมส่งเสริมสิ่งแวดล้อม ร่วมกับการวางรูปแบบกิจกรรมการฝึกอบรมพนักงานให้จิตสำนึกเกี่ยวกับอนุรักษ์ทรัพยากรภายในโรงแรม และการประเมินผลกิจกรรมสิ่งแวดล้อมภายในโรงแรม

หมวดที่ 2 ด้านการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม: การสนับสนุนให้มีการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว โดยสินค้าจะต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบจะต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่สามารถย่อยสลายได้ง่าย

หมวดที่ 3 ด้านความร่วมมือกับชุมชนและองค์กรส่วนท้องถิ่น: การส่งเสริมให้มีการจัดทำแผนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโดยมีส่วนร่วมของพนักงาน ควบคู่กับการส่งเสริมกิจกรรมที่

เกี่ยวกับวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น และมีการเปรียบเทียบการจ้างงานแรงงานท้องถิ่นและแรงงานที่ไม่ได้มาจากท้องถิ่น

หมวดที่ 4 ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์: การจัดอบรมพนักงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยการสร้างแผนการฝึกอบรมที่เป็นลายลักษณ์อักษร สามารถนำไปใช้สื่อสารกับพนักงานได้รับทราบในทุกแผนกงาน จากนั้นดำเนินการตรวจประเมินความรู้ และการบันทึกผลการฝึกอบรมด้านสิ่งแวดล้อมของพนักงาน

หมวดที่ 5 ด้านการจัดการขยะ: การส่งเสริมให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการลดปริมาณขยะ การแยกขยะ และการนำขยะแปรสภาพกลับไปใช้ใหม่ รวมถึงการส่งเสริมให้ผู้รับบริการมีการแยกขยะที่ใช้อย่างถูกวิธีและการจัดการขยะที่มาจากผู้รับบริการ

หมวดที่ 6 ด้านประสิทธิภาพของพลังงาน: การส่งเสริมการใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัยเพื่อการประหยัดพลังงานภายในโรงแรม พร้อมกับการติดตั้งมิเตอร์ตรวจวัดพลังงาน และการขอความร่วมมือจากผู้รับบริการในการประหยัดพลังงานภายในห้องพัก

หมวดที่ 7 ด้านประสิทธิภาพน้ำและคุณภาพน้ำ: การติดตั้งอุปกรณ์ในการลดปริมาณน้ำที่ใช้ภายในโรงแรม หลีกเลี่ยงกิจกรรมที่ใช้น้ำอย่างสิ้นเปลือง ประสานงานกับแผนกซ่อมบำรุงเพื่อตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์ในการจ่ายน้ำ และการตรวจสอบคุณภาพน้ำทุก 1 ปี

หมวดที่ 8 ด้านการจัดการคุณภาพอากาศ: การแสดงสัญลักษณ์การห้ามสูบบุหรี่ในพื้นที่สาธารณะ ร่วมกับการรณรงค์ไม่ให้มีการสูบบุหรี่ภายในโรงแรม และการทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศที่ใช้ภายในห้องพักและจุดบริการ

หมวดที่ 9 ด้านการจัดการเสียง: การดำเนินการจัดทำแผนงานเพื่อควบคุมเสียงในโรงแรม มีรายส่งเสริมกิจกรรมลดการเกิดเสียง มีการตรวจสอบแนวทางการควบคุมเสียงภายในโรงแรม เช่น ป้ายประกาศ สัญลักษณ์ คำสั่ง เป็นต้น

หมวดที่ 10 ด้านการน้ำเสียและการบำบัดน้ำเสีย: การป้องกันการเกิดน้ำเสียจากกระบวนการผลิตหรือการให้บริการภายในโรงแรม มีกระบวนการตรวจประเมินน้ำเสียของโรงแรมที่ชัดเจน พร้อมกับการติดตั้งบ่อดักไขมัน และการแปรรูปน้ำเสียของโรงแรมเพื่อนำมาใช้ประโยชน์อื่นๆ

หมวดที่ 11 ด้านการจัดการขยะมีพิษและขยะอันตราย: การจัดพื้นที่หรือสถานที่สำหรับการจัดเก็บวัตถุไวไฟ วัตถุมีพิษเอาไว้อย่างมิดชิด พร้อมกับการแสดงสัญลักษณ์กำกับเอาไว้อย่างเหมาะสม และการลดปริมาณการใช้สารเคมีต่างๆ ภายในโรงแรม

ด้านที่ 5

การรับรู้ (Recognition)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้พนักงานบริการมีคุณสมบัติเป็นผู้ฟังที่ดี ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับปัญหาจากบริการภายในโรงแรมที่ผ่านมาและปัญหาโดยตรงที่มาจากตัวผู้รับบริการ
2. เพื่อให้พนักงานบริการมีทักษะการสอบถามด้วยความเฉลียวใจ เมื่อพบข้อสงสัยหรือความไม่เข้าใจเกี่ยวกับผู้รับบริการอย่างถูกกาลเทศะ

อุปกรณ์

1. แบบบันทึกปัญหาคำบอกเล่าของผู้รับบริการ

วิธีการดำเนินงาน

1. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานกำหนดกิจกรรมให้พนักงานบริการร่วมกันถ่ายทอดปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบริการที่ผ่านมา เช่น รสชาติอาหาร ขนาดห้องพัก เสียงรบกวน เป็นต้น รวมถึงปัญหาโดยตรงที่มาจากตัวผู้รับบริการ เช่น โรคประจำตัว กิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น
2. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานกำหนดกิจกรรมให้พนักงานบริการฝึกทักษะการซักถามข้อสงสัยที่เกี่ยวกับกระบวนการให้บริการอย่างถูกตามกาลเทศะ เปรียบเสมือนคู่สนทนาเป็นผู้รับบริการ คนสำคัญที่กำลังติดต่อขอความช่วยเหลือ

รูปแบบกิจกรรม

1. การเรียนรู้ด้วยตนเองจากถ่ายทอดคุณลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมให้แก่สมาชิกได้เลือกคำตอบภายในระยะเวลาที่กำหนดไม่เกิน 2 นาที
2. การสร้างเครือข่ายของผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน โดยแบ่งสมาชิกเป็น 2 กลุ่ม เพื่อบอกเล่าสถานการณ์ที่เกิดขึ้นภายในโรงแรมแก่เพื่อนสมาชิกแต่ละกลุ่มจำนวน 3 สถานการณ์ ซึ่งจะต้องเรียงลำดับการบอกเล่าจากสมาชิกคนแรกที่เป็นผู้รับข้อมูลข่าวสารจนถึงสมาชิกคนสุดท้าย ทั้งนี้ สมาชิกคนสุดท้ายจะทำหน้าที่ในการบันทึกรายละเอียดลงในแบบบันทึกคำบอกเล่าของผู้รับบริการหน้าที 442

ระยะเวลาการจัดกิจกรรม

50 นาที

การประเมินผล

1. พนักงานบริการสามารถจัดบันทึกปัญหาการบริการและข้อร้องเรียนต่างๆ จากผู้รับบริการ ไม่น้อยกว่า 10 รายการ ต่อ เดือน
2. พนักงานบริการการตอบรับข้อร้องเรียนภายในเวลา 24 ชั่วโมง หรือพนักงานบริการมีรายงานผลวิธีการแก้ไขปัญหา ต่อ เดือน
3. พนักงานบริการมีการรายงานผลวิธีการแก้ไขปัญหาในแต่ละวัน

การรับรู้ของพนักงานบริการ

เกิดขึ้นมาจากสิ่งเร้าที่มีผลต่อประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ ตา หู จมูก ปาก และผิวหนัง ซึ่งจะต้องได้รับการคัดกรองจากกระบวนการทางความคิดโดยอาศัยการตีความอย่างมีเหตุผลเพื่อจัดระบบข้อมูลที่ได้รับ ร่วมกับประวัตินิยมหลังหรือประสบการณ์การดำเนินชีวิตของผู้รับรู้แต่ละบุคคล กระบวนการเรียนรู้จะปรากฏในลักษณะของรูปภาพและคำพูดที่ใช้สื่อสาร (จำเนียรช่วงโชติ และคณะ, 2515) สำหรับงานวิจัยของสุตารัตน์ งามมงคลวงศ์ (2555) พบว่า ประสิทธิภาพของการรับรู้เป็นเรื่องของความสนใจและความเอาใจใส่เฉพาะบุคคลมากกว่าช่วงอายุหรือเพศ ผู้ที่มีความสนใจในสิ่งเร้าที่เผชิญอยู่สามารถทำให้เข้าใจเรื่องราวต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามอุปสรรคสำคัญอยู่ที่การแสดงออกของมนุษย์หลากหลายรูปแบบ สิ่งที่สังเกตได้ง่ายที่สุด คือ การแสดงออกทางสีหน้าที่บ่งบอกถึงความรู้สึกลงในเวลานั้นได้เป็นอย่างดี ช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ได้อย่างถูกต้องมากยิ่งขึ้น นำไปสู่การรับรู้อารมณ์จากการแสดงสีหน้าด้วยพื้นฐานทางอารมณ์ 4 ลักษณะ ได้แก่ (1) โกรธ (2) มีความสุข (3) ประหลาดใจ และ (4) สภาวะปกติ (ตรีรัตน์ เสริมทรัพย์ และคณะ, 2556)

เทคนิคของการรับฟัง (ชายุดา จันทะปิตตา, 2556)

1. ฟังและจับความสำคัญ
2. ฟังและสรุปใจความสำคัญ
3. ฟังและตีความ
4. ฟังและตอบคำถาม
5. ฟังและนำเสนอข้อมูลตามข้อคิดเห็น
6. ฟังและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร

ด้านที่ 6

การโต้ตอบอารมณ์ (Interaction)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถควบคุมระดับอารมณ์ของตนเองในระหว่างปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมืออาชีพ โดยเลือกใช้วิธีการโต้ตอบผู้รับบริการที่อยู่บนพื้นฐานของกฎระเบียบของโรงแรม
2. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถได้ฝึกฝนวิธีการแก้ไขปัญหา โดยการประสานงานจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม เพื่อลดระดับอารมณ์หรือความไม่เข้าใจของผู้รับบริการได้อย่างเหมาะสม

อุปกรณ์

1. แบบบันทึกเรื่องราวการปะทะอารมณ์และการแก้ไขปัญหา
2. ภาพถ่าย

วิธีการดำเนินงาน

1. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานกำหนดให้พนักงานบริการที่มีกระบวนการฝึกฝนกิริยาท่าทางที่ดี แสดงออกถึงความนอบน้อมในกรณีที่เกิดความไม่เข้าใจกับผู้รับบริการจากการแสดงสีหน้า เช่น สุข เศร้า หวาดกลัว รังเกียจ โกรธ เจ็บปวด ประหลาดใจ ไม่พอใจ เป็นต้น
2. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานกำหนดให้พนักงานบริการนำเสนอข้อจำกัดในการให้บริการในส่วนต่างๆ ในช่วงก่อนและระหว่างการให้บริการ โดยอ้างอิงจากคู่มือการปฏิบัติงาน (Standard Operating Procedure: SOP) หรือ กฎระเบียบของทางโรงแรมที่ปฏิบัติสืบเนื่องกันมาจากประสบการณ์ รวมถึงการประสานงานขอความช่วยเหลือจากผู้บังคับบัญชาระดับกลางเมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้
3. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานกำหนดให้พนักงานบริการนำเสนอผลการแก้ไขและการติดตามความคืบหน้าของปัญหา พร้อมจัดสรรสิ่งทดแทนข้อร้องเรียนให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ

รูปแบบกิจกรรม

1. กิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติของพนักงานบริการโดยการจับฉลากเพื่อแสดงอารมณ์ผ่านใบหน้าในฐานะผู้รับบริการ พร้อมรับฟังข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติสำหรับปรับปรุงแก้ไข
2. กิจกรรมการมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษแก่พนักงาน โดยกำหนดให้สมาชิก ร่วมกันถ่ายทอดประสบการณ์ในการเผชิญหน้ากับสถานการณ์ต่างๆ ที่เคยเกิดขึ้นกับผู้รับบริการ หรือจัดการปัญหาที่เกิดขึ้นภายในโรงแรมจาก 2 กรณีศึกษา ได้แก่ “หากพนักงาน

บริการถูกผู้รับบริการลวนลามระหว่างปฏิบัติหน้าที่” และ “พนักงานบริการถูกร้องเรียนจากผู้รับบริการเกี่ยวกับการทรัพย์สินที่สูญหายไประหว่างการเข้าพัก” จากกรณีศึกษาทั้ง 2 ลักษณะ พนักงานบริการจะมีวิธีการจัดการปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างไร พร้อมกับจดบันทึกเรื่องราวลงในแบบบันทึกเรื่องราวการปะทะอารมณ์กับผู้รับบริการและการแก้ไขปัญหาหน้าที 447 พร้อมรับฟังข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติสำหรับปรับปรุงแก้ไข

ระยะเวลาการจัดกิจกรรม

40 นาที

การประเมินผล

1. ปัญหาความขัดแย้งและการเผชิญหน้าระหว่างพนักงานบริการกับผู้รับบริการคิดเป็น 0
2. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานได้รับข้อร้องเรียนโดยตรงลดลงร้อยละ 90

การควบคุมอารมณ์

ความสามารถส่วนบุคคลในการรักษาอารมณ์ภายในสภาพแวดล้อมที่ปรับเปลี่ยนตลอดเวลา โดยการปรับมุมมองเชิงลบให้กลายเป็นเชิงบวก บางครั้งระดับอารมณ์ได้รับอิทธิพลต่อบุคคลอื่นที่พบเจอในสังคม เป็นการวางแผนการตระหนักรู้เกี่ยวกับของผู้อื่นในสังคม การยอมรับในสิ่งที่ผู้อื่นแสดงท่าทีหรือปฏิบัติต่อกัน การที่ประชาชนสามารถควบคุมอารมณ์ตนเองได้แล้ว จึงเป็นพื้นฐานสำหรับการพัฒนาทรัพยากรบุคคลต่อไป ทั้งนี้องค์ประกอบของการควบคุมอารมณ์มีทั้งสิ้น 4 ประการ ได้แก่ (1) การทบทวนทางอารมณ์ (Rumination) จากเหตุการณ์ในอดีตที่ผ่านมาซึ่งอาจส่งผลกระทบต่ออารมณ์ของตนเองอย่างไร (2) การยับยั้งทางอารมณ์ (Emotional Inhibition) สามารถหยุดยั้งความรู้สึกภายในตนเองที่จะเกิดแง่ลบ (3) การควบคุมความก้าวร้าว (Aggression Control) เป็นวิธีการยับยั้งแนวคิดเชิงลบที่กำลังจะเกิดขึ้นทั้งตนเองและผู้อื่น (4) การควบคุมอารมณ์ให้สมเหตุสมผล เป็นวิธีการที่จะต้องนำผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นมาพิจารณาตัดสินใจเลือกทางออกหรือแก้ไขปัญหาอีกครั้งอย่างมีเหตุมีผลมากที่สุด (Rojar and Najanrian, 1989) ในขณะเดียวกันการรู้จักอารมณ์ของตนเองระหว่างโกรธ การคิดทบทวนความโกรธ และการค้นหาสาเหตุของความโกรธ เป็นกระบวนการที่มีส่วนช่วยลดระดับความโกรธได้อย่างเหมาะสมกับผู้เผชิญหน้า (Goldenberg, I. and Goldenberg, H, 2008)

รูปแบบการโต้ตอบทางอารมณ์

การสื่อสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งประกอบด้วย (1) ผู้ส่งสาร (2) สาร (3) ช่องทาง และ (4) ผู้รับสาร ต้องคำนึงถึงรูปแบบและช่องทางการสื่อสารที่จะต้องปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ในแต่ละครั้ง (อิตรัตน์ พิมพากรณ์, 2557) สำหรับแนวทางการโต้ตอบทางอารมณ์พนักงานบริการสามารถคัดสรรวิธีการต่างๆ เพื่อแก้ไขสถานการณ์ให้เข้าสู่ภาวะปกติดังต่อไปนี้

1. The way you look (การมอง) พนักงานบริการจะใช้ดวงตาในการสื่อสารเพื่อแสดงอารมณ์ความรู้สึกให้สอดคล้องกับสีหน้า เป็นการสื่อสารโดยไม่ใช้การสื่อสารด้วยวาจา บางครั้งโต้ตอบทางอารมณ์ด้วยการมองสามารถแสดงกิริยาท่าทางประกอบอื่นๆ ร่วมด้วย เพื่อความเข้าใจของผู้รับสารที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. The way you talk (การพูด) พนักงานสามารถใช้เทคนิคการสื่อสารด้วยสำเนียงท่วงทำนองที่แตกต่างกันไป เพื่อความน่าสนใจและแสดงออกถึงความเข้าใจเอาใจใส่ระหว่างกลุ่มภูมิภาคต่างๆ ร่วมกับการปรับระดับเสียงหนักเบาให้เหมาะสมกับระดับบุคคลในสังคมตามวาระโอกาส บางครั้งน้ำเสียงที่มีระดับสูงหรือหนักจนเกินไปอาจส่งผลให้ระดับอารมณ์ของผู้รับบริการเพิ่มขึ้น

3. The way you acts (การแสดงท่าทาง) พนักงานบริการสามารถใช้การแสดงท่าทางการเคลื่อนไหวของร่างกาย เพื่อให้เกิดความเข้าใจกับผู้รับบริการมากยิ่งขึ้นโดยมุ่งเน้นการเคลื่อนไหวที่เรียบง่าย เช่น การพยักหน้า การยิ้ม การส่ายหน้า การนิ่ง เป็นต้น

มาตรฐานชีวิตที่พึงประเภท 1-5 ดาว (กรมการท่องเที่ยว, 2557)

หมวดที่ 1: สถานที่ตั้ง สภาพแวดล้อม สิ่งก่อสร้างทั่วไปและที่จอดรถยนต์ หมายถึง โรงแรมที่มีสภาพแวดล้อมมีเหมาะสมสะดวกสบายและมีความปลอดภัยต่อการเดินทางเข้าถึง อีกทั้งต้องมีป้ายจัดแสดงชื่อหรือสัญลักษณ์ของโรงแรมในสภาพสมบูรณ์ไม่ชำรุด ตลอดจนการมีบริการยานพาหนะรับ-ส่งที่เพียงพอ

หมวดที่ 2: โถงต้อนรับ ห้องน้ำสาธารณะ ลิฟท์ และทางสัญจรภายในอาคาร หมายถึง โครงสร้างของโรงแรมอยู่ในสภาพสมบูรณ์พร้อมใช้ มีการแยกพื้นที่ต่างๆ ออกเป็นสัดส่วนที่ชัดเจน มีห้องน้ำสำหรับคนพิการหรือผู้สูงอายุ และมีระบบการแจ้งเหตุที่อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน

หมวดที่ 3: ห้องแบบมาตรฐาน รวมทางเดินระเบียง และห้องน้ำ หมายถึง ห้องพักที่อยู่ในสภาพพร้อมให้บริการ มีโซ่คล้องประตู มีชุดมินิบาร์ มีแผนผังทางหนีไฟในห้องพักและระบบไฟฉุกเฉินในสภาพพร้อมใช้งาน

หมวดที่ 4: ห้องแบบห้องชุด และชั้นพิเศษ หมายถึง ห้องพักสภาพสมบูรณ์ด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกมีการตกแต่งไม่น้อยกว่า 3 แบบ มีพนักงานบริการให้ข้อมูลตลอด 24 ชั่วโมง มีโทรทัศน์สีจอแบน 2 เครื่อง

มาตรฐานชีวิตที่พักประเภท 1-5 ดาว (กรมการท่องเที่ยว, 2557)

หมวดที่ 5: ห้องอาหาร คอฟฟี่ช็อป บาร์ และครัว หมายถึง จุดบริการอาหารไทยและรายการอาหารนานาชาติ มีผ้าปูโต๊ะ ผ้าเช็ดปากที่สะอาดพร้อมใช้งาน และมีเส้นทางรับ-ส่งที่แยกกับผู้รับบริการอย่างชัดเจน พร้อมกับบริการร้านกาแฟ รวมถึงห้องครัวที่มีระบบขนส่งวัตถุดิบที่มีความปลอดภัยจากการปนเปื้อนชีวภาพ

หมวดที่ 6: ส่วนบริการด้านสันทนาการและสรวายน้ำ หมายถึง การแยกสรวายน้ำเด็ก ซึ่งลึกไม่เกิน 0.60 เมตร และมีการแสดงระดับความลึกที่ชัดเจน รวมถึงมีเครื่องเป่าผม มีโถปัสสาวะชายอย่างน้อย 2 จุด

หมวดที่ 7: ส่วนบริการด้านธุรกิจ ห้องประชุม และศูนย์บริการธุรกิจ หมายถึง ห้องสำหรับรับจัดงานที่โถงภายนอกสำหรับการลงทะเบียน มีบริการระบบประชุมทางไกลที่มีคุณภาพ และที่ห้องน้ำแยกชายหญิง

หมวดที่ 8: บุคลากรและการบริการ หมายถึง พนักงานบริการที่แต่งกายสุภาพ ติดป้ายชื่อภาษาไทยหรือภาษาต่างชาติ สามารถให้ข้อมูลพร้อมช่วยเหลือได้อย่างเต็มหน้าที่ มีการกล่าวทักทายและมีการกล่าวขอบคุณ แบ่งออกเป็น 6 ได้แก่ กลุ่มเปิดประตู กลุ่มต้อนรับ กลุ่มลงทะเบียน กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มอาหารเช้า และกลุ่มห้องอาหาร

หมวดที่ 9: ระบบรักษาความปลอดภัย ในพื้นที่ทั่วไป หมายถึง กระบวนการวางแผนเพื่อป้องกันภัยรูปแบบต่างๆ เช่น อัคคีภัย การขาดแคลนพลังงาน อาการบาดเจ็บของผู้รับบริการ เป็นต้น

หมวดที่ 10: ทรัพยากรและชุมชนแวดล้อมและส่วนสนับสนุนการบริการ หมายถึง การกำหนดนโยบายในการป้องกันปัญหามลพิษจากการดำเนินกิจการของโรงแรมที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การปล่อยน้ำเสีย การทิ้งขยะ เป็นต้น รวมถึงการให้ความสำคัญชุมชนท้องถิ่นและสังคม เช่น อาหาร การแต่งกาย สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กิจกรรมชุมชน

หมวดที่ 11: ส่วนของพนักงาน หมายถึง การกำหนดพื้นที่ใช้สอยส่วนตัวแก่พนักงาน เช่น ห้องอาหาร ห้องน้ำ ห้องสมุด เป็นต้นและมีแบบแผนการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

หมวดที่ 12: คุณลักษณะเสริมอื่นๆ หมายถึง การมีรางวัลรับรองในมาตรฐาน มีบริการกิจกรรมภายใน-ภายนอกอาคารแก่ผู้รับบริการ มีสวัสดิการที่เป็นไปตามเงื่อนไขกฎหมายแรงงานไทยทั้งด้านการเงินและอื่นๆ

แบบบันทึก
การปะทะอารมณ์กับผู้รับบริการ

แผนก สถานประกอบการ

ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

วิธีการแก้ไขปัญหาและการชดเชย

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านที่ 7

ความเสมอภาค (Equality)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถส่งมอบการบริการที่มีความเท่าเทียมกับผู้รับบริการทุกราย ด้วยความยุติธรรม รวมถึงการศึกษาข้อจำกัดของผู้รับบริการแต่ละราย
2. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถออกแบบกระบวนการบริการด้วยตนเองให้สอดคล้องกับขนาดของกิจการและทรัพยากรภายในองค์กร

อุปกรณ์

1. แบบบันทึกการออกแบบแผนภาพพิมพ์เขียวบริการ

วิธีการดำเนินงาน

1. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานอธิบายความสำคัญของการจัดสรรการบริการที่ต้องคำนึงถึงความเท่าเทียมของผู้รับบริการทุกรายแก่พนักงานบริการ เช่น ช่วงเวลาที่เหมาะสมกับผู้รับบริการแต่ละราย ศาสนาที่นับถือ เชื้อชาติ เป็นต้น
2. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานดำเนินกิจกรรมกลุ่มแก่พนักงานบริการ เพื่อจัดทำแผนภาพพิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) โดยแบ่งออกเป็นฝ่ายหรือแผนก และมีรูปแบบการปฏิบัติงานที่มีหลากหลายตำแหน่งหน้าที่ในเวลาเดียวกัน
3. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานกำหนดให้พนักงานบริการนำเสนอแผนภาพพิมพ์เขียวบริการแบ่งออกเป็นฝ่ายหรือแผนกของสายงานภายในโรงแรม

รูปแบบกิจกรรม

1. การมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษจากผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน เพื่ออธิบายเกี่ยวกับความเท่าเทียมในการจัดการบริการ
2. การประชุมแก้ไขปัญหาหรือการระดมสมองของพนักงานบริการ โดยดำเนินการแบ่งสมาชิกจำนวน 2 กลุ่ม เพื่อจัดทำแผนภาพพิมพ์เขียวบริการและบันทึกรายละเอียดลงในแบบบันทึกแผนภาพพิมพ์เขียวบริการหน้าที 451 พร้อมส่งตัวแทนสมาชิกออกมานำเสนอ

ระยะเวลาการจัดกิจกรรม

80 นาที

การประเมินผล

1. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานพบข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการรอคอยการบริการลดลง 1 ครั้ง ต่อ เดือน
2. ผู้ให้บริการมีการจัดทำแผนภาพพิมพ์เขียวบริการเป็นฝ่ายหรือแผนกทุก 6 เดือน
3. ผู้ให้บริการมีระยะเวลาในการให้บริการไม่เกิน 30 นาที ต่อ ราย



หลักการสร้างความเสมอภาค

พื้นฐานของมนุษย์ที่มีความต้องการความเท่าเทียมกับผู้อื่นในสังคม โดยการพิจารณาเงื่อนไข 2 ประการ ได้แก่ (1) ผลตอบแทนที่ได้รับ (Output) เป็นสิ่งที่ได้รับการปฏิบัติจากผู้อื่น เช่น การยกย่องชื่นชม ค่าตอบแทน การดูแลเอาใจใส่ การเลื่อนขั้นตำแหน่งงาน การยอมรับจากผู้อื่น เป็นต้น และ (2) ตัวป้อน (Input) เป็นไปตามเงื่อนไขของพฤติกรรมและคุณสมบัติส่วนบุคคล เช่น สติปัญญา ประสบการณ์ ทักษะความสามารถ ความถนัดเฉพาะทาง เป็นต้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าความเสมอภาคจะเกิดขึ้นจากความสอดคล้องระหว่างพฤติกรรมความต้องการและผลตอบแทนที่ได้รับ เป็นพื้นฐานความต้องการของมนุษย์ทั่วไป ที่จะเกิดความเปรียบเทียบความเสมอภาคกับบุคคลอื่นที่อยู่ในพื้นที่เดียวกัน หากรับรู้ว่าเกิดความไม่เสมอภาคเกิดขึ้น เนื่องจากบุคคลอื่นได้รับสิทธิพิเศษที่มากกว่าตนเอง จึงมีการแสดงปฏิกิริยาการโต้ตอบออกมาทันที ผู้ที่ต้องการสร้างความเสมอภาคให้เกิดขึ้นแก่ทุกคนจำเป็นจะต้องปฏิบัติตนกับผู้อื่นด้วยความยุติธรรม พร้อมกับการจัดสรรผลตอบแทนในปริมาณที่เท่าเทียมกัน นำไปสู่ความพึงพอใจของปฏิบัติที่ดีต่อกันและกันได้ต่อไป (Glisson and Durick, 1998)



ส่วนประกอบของแผนภาพพิมพ์เขียวบริการ

แผนภาพพิมพ์เขียวบริการ เป็นเครื่องมือสำหรับการกำหนดทรัพยากรภายในองค์กรที่แสดงออกเป็นลำดับขั้นตอน เพื่อสร้างสินค้าและบริการให้มีศักยภาพที่สูงขึ้น โดยการจัดสรรสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พร้อมกับการมอบหมายพนักงานบริการในการปฏิบัติหน้าที่ระหว่างที่มีผู้รับบริการมาติดต่อขอรับบริการในช่วงเวลาต่างๆ ให้เกิดความเหมาะสมมากที่สุด รวมถึงสามารถใช้เป็นแนวทางการป้องกันปัญหาที่คาดว่าจะเกิดในระหว่างการให้บริการ (กัตถัญญ หิริญญ สมบูรณ์, 2557, หน้า 37-39) ซึ่งมีส่วนประกอบ ดังนี้

- **Physical Evidence:** สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ผู้รับบริการสามารถสัมผัสประสาทสัมผัส ทั้ง 5 ในการเรียนรู้ได้ ซึ่งปรากฏให้เห็นในรูปแบบของความสวยงามและความสะอาดสบาย เช่น อาคารสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องแบบพนักงาน เป็นต้น
- **Customer Action:** การแสดงการติดต่อขอรับบริการแต่ละตำแหน่งภายในสถานบริการ
- **Contract Person / Employee Action:** การแสดงการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานบริการ
 - Visible: พนักงานที่ต้องเผชิญหน้ากับผู้รับบริการ
 - Invisible: พนักงานที่สนับสนุนหน้าที่ร่วมกับพนักงานที่ต้องเผชิญหน้ากับผู้รับบริการ
- **Support Process:** แสดงกระบวนการการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานบริการทั้ง 2 กลุ่ม รวมถึงการใช้เทคโนโลยีและอุปกรณ์ต่างๆ ที่สนับสนุนการปฏิบัติงานให้มีความสะอาดสบายมากยิ่งขึ้น

แบบบันทึก
แผนภาพพิมพ์เขียวบริการ (SERVICE BLUEPRINT)

แผนก.....

PHYSICAL EVIDENCE

CUSTOMER ACTIONS

VISIBLE

INVISIBLE

SUPPORT PROCESS

ด้านที่ 8

การยกย่องให้เกียรติ (Commendation)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถแสดงออกถึงการให้เกียรติและความเป็นส่วนตัวแก่ผู้รับบริการ แสดงออกถึงความเป็นตัวแทนของพนักงานบริการที่มีความสุภาพเรียบร้อย
2. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถกำหนดระดับความสัมพันธ์กับผู้รับบริการในฐานะผู้อำนวยความสะดวก ภายในโรงแรมเท่านั้น อีกทั้งการระมัดระวังการใช้ภาษาการสื่อสารให้เหมาะสม

อุปกรณ์

1. ภาพถ่าย
2. แบบบันทึกทั่วไป

วิธีการดำเนินงาน

1. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานอธิบายเกี่ยวกับหลักการปฏิบัติงานที่จะต้องคำนึงถึงความเหมาะสมกับผู้รับบริการแต่ละราย เช่น การกล่าวทักทายโดยไม่สัมผัสร่างกายของผู้รับบริการ และการไม่อนุญาตให้เคลื่อนย้ายสิ่งของผู้รับบริการก่อนได้รับอนุญาต
2. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานให้พนักงานบริการเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารที่จะต้องไม่แสดงออกซึ่งกิริยาท่าทางต่างๆ ที่สื่อถึงความสนิทสนมกับผู้รับบริการจนเกินไป หรือการพูดคุยหยอกล้อผู้รับบริการในเรื่องส่วนตัว รวมถึงการใช้คำสรรพนามที่ไม่เหมาะสม

รูปแบบกิจกรรม

1. การมอบหมายงานภาระหน้าที่หรือโครงการพิเศษจากผู้ควบคุมการปฏิบัติงานเพื่ออภิปรายเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของผู้รับบริการที่พนักงานบริการต้องพึงระวัง พร้อมกิจกรรมการสอบถามความคิดเห็นแลกเปลี่ยนเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวกับพนักงานบริการ จากกรณีศึกษาเมื่อภรรยาหลวงติดต่อนายโรงแรมเพื่อสอบถามโรงแรมเกี่ยวกับการเข้าพักอาศัยของสามีและภรรยาบ่อยเพื่อวิเคราะห์การแก้ไขปัญหาที่ถูกต้องและเหมาะสม
2. การแสดงบทบาทสมมติด้วยวิธีการจับคู่สมาชิก เพื่อให้พนักงานบริการได้ฝึกฝนทักษะการใช้คำสรรพนามในการสื่อสารที่ให้เกียรติในฐานะผู้รับบริการ พร้อมรับฟังข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติสำหรับปรับปรุงแก้ไข

ระยะเวลาการจัดกิจกรรม

40 นาที

การประเมินผล

1. ผู้รับบริการกลับมาใช้บริการซ้ำภายใน 6 เดือน
2. พนักงานบริการจะต้องประสานงานส่งคืนผู้รับบริการไม่เกิน 7 วัน
3. ผู้รับบริการจะได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางไปส่งยังบริเวณจุดจอดรถยนต์โดยสาร

ทุกครั้ง

วิธีการยกย่องให้เกียรติ

ความภาคภูมิใจที่ได้รับการยกย่องด้วยคำพูดในลักษณะของคำชื่นชม คำขอบคุณ และการสร้างรอยยิ้ม เป็นการกระทำที่แสดงการให้เกียรติซึ่งกันและกัน ซึ่งการส่งมอบความสุขที่ได้รับจากดูแลเอาใจใส่อย่างทั่วถึง เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าแก่ตัวเองในระหว่างที่มีการเผชิญหน้ากับผู้อื่น โดยการแสดงความนับถือในฐานะเพื่อนมนุษย์ (ธัชมน วรรณพิณ และวาสนี วิเศษฤทธิ์, 2555) เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ ภูริชัฐ มาให้ (2555) ได้อธิบายเกี่ยวกับการยกย่องให้เกียรติเป็นพื้นฐานสำคัญของจริยธรรมส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเหตุผลหลัก 3 วิธีการ (1) การช่วยเหลือผู้อื่นด้วยความเต็มใจ (2) การสร้างความเสมอภาคในการให้รางวัลหรือผลตอบแทน และ (3) การทุ่มเทเพื่อความพยายามแก่องค์กร การยกย่องให้เกียรติสามารถพัฒนาโดยอาศัยกระบวนการอบรมด้านจริยธรรมตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นของการเป็นสมาชิก รวมถึงการประพฤติตนเป็นแบบอย่างของผู้บริหาร โดยการให้เกียรติบุคลากรในองค์กรทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อให้ก่อเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่มีอัตลักษณ์อย่างแท้จริง อีกทั้งการยกย่องให้เกียรติยังเป็นรูปแบบหนึ่งของการสร้างแรงจูงใจสำหรับการปฏิบัติงานของสมาชิกภายในองค์กรได้อย่างเต็มประสิทธิภาพและสร้างความภาคภูมิใจแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายนอกองค์กร



แบบบันทึกทั่วไป

A large rectangular area enclosed by a dashed border, containing 20 horizontal dotted lines for writing.

ด้านที่ 9

การสร้างความสุข (Happiness)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถส่งมอบบริการที่ประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกที่ได้พบกับผู้รับบริการตามโอกาสพิเศษสำคัญในช่วงเทศกาลต่างๆ
2. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถสร้างสรรค์กิจกรรมผ่อนคลายแก่ผู้รับบริการโดยใช้ทรัพยากรภายในแหล่งโรงแรมประเภทบูติค และการเชื่อมโยงกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น
3. เพื่อให้พนักงานบริการสามารถเสริมสร้างบุคลิกภาพของตนเองให้มีความน่าสนใจโดยอาศัยเครื่องแต่งกายที่บ่งบอกถึงความพร้อมและความเป็นมืออาชีพ

อุปกรณ์

1. ภาพถ่าย
2. แบบบันทึกการกำหนดรูปแบบกิจกรรม

วิธีการดำเนินงาน

1. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานได้กำหนดให้พนักงานบริการการสร้างรูปแบบการบริการที่มีความแตกต่างไปตามช่วงเทศกาลของประเทศไทยและนานาชาติ
2. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานได้กำหนดกิจกรรมให้พนักงานบริการค้นหารูปแบบกิจกรรมที่จัดขึ้นภายในโรงแรมพร้อมกับการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกจากกรณีศึกษา เช่น ชีจักรยาน กีฬาทางน้ำ เกมสักระดานหมากรุก การทำอาหาร วาดภาพสีน้ำ เป็นต้น รวมถึงกิจกรรมภายนอกโรงแรมที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในเขตอำเภอหรือพื้นที่ใกล้เคียง
3. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานได้ให้คำแนะนำแก่พนักงานบริการที่จะต้องปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพทางวิชาชีพและการเลือกเครื่องแต่งกายให้มีความเหมาะสม พร้อมการรักษาความสะอาดอยู่เสมอ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจ

รูปแบบกิจกรรม

1. การประชุมแก้ไขปัญหาหรือการระดมสมองของพนักงานบริการ โดยแบ่งพนักงานออกเป็น 2 กลุ่ม เพื่อออกแบบกิจกรรมพิเศษภายในโรงแรมหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวภายนอกโรงแรม ร่วมกับการพิจารณาปฏิทินวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เพื่อนำไปออกแบบการบริการให้มีความแตกต่างด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทย พร้อมบันทึกรายละเอียดลงในแบบบันทึกการออกแบบกิจกรรมพิเศษภายในโรงแรมหน้าที 465

2. การแสดงบทบาทสมมติโดยการแบ่งพนักงานออกเป็น 2 กลุ่ม เพื่อเรียนรู้วิธีการเดิน การเลือกเครื่องแต่งกาย การจัดแต่งทรงผมและการแต่งหน้า จากนั้นให้พนักงานแต่ละคนได้สาธิต ทักษะต่างๆ ที่ช่วยส่งเสริมและพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองภายในระยะเวลาที่กำหนด พร้อมรับฟัง ข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติสำหรับปรับปรุงแก้ไข

ระยะเวลาการจัดกิจกรรม

60 นาที

การประเมินผล

1. พนักงานบริการมีการบริการพิเศษหรือการต้อนรับพิเศษในช่วงเทศกาลสำคัญและ วันหยุดนักขัตฤกษ์
2. ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานได้รับข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นเชิงบวกจากผู้รับบริการ เพิ่มขึ้น ตามช่องทาง
ออนไลน์หรือช่องทางอื่นๆ ไม่น้อยกว่า 12 ความคิดเห็น ต่อ เดือน
3. พนักงานบริการมีบุคลิกภาพและการดูแลรักษาความสะอาดของร่างกายในทุกวัน

การพัฒนาความสุข

แนวทางการเพิ่มปริมาณความสุขในสังคมสามารถทำได้หลากหลายวิธี โดยการเริ่มต้นจาก การส่งเสริมสุขภาพให้ดียิ่งขึ้น พร้อมกับการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว การดำรงอยู่ด้วยความ พึงพอใจในชุมชน และคุณภาพชีวิตในที่สถานที่ทำงาน (กัลยาณี เสนาสุ, 2559) ในขณะที่ถิตรีรัตน์ พิมพาภรณ์ และธีระวัฒน์ จันทิก (2559) ได้นำเสนอการบริหารความสุขในองค์กรในอุตสาหกรรม บริการสามารถพัฒนาได้จาก 2 ปัจจัย ดังนี้ (1) ปัจจัยภายใน ได้แก่ ทศนคติ บุคลิกภาพ ความพึง พอใจในองค์กร และความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ผู้นำองค์กร กฎระเบียบ ลักษณะงาน สภาพแวดล้อมองค์กร เพื่อนร่วมงาน และค่าตอบแทน สำหรับการสร้าง ความสุขแก่พนักงานบริการให้ประสบความสำเร็จจะสามารถส่งต่อไปยังผู้รับบริการได้ และยังเป็น การขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายของผู้บริหารที่กำหนดเอาไว้ ช่วยลดปัญหาการตัดสินใจลาออก จากงาน ซึ่งเป็นรูปแบบของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในรูปแบบใหม่ นอกจากนี้ การสร้าง ความสุขเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องออกแบบให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมองค์กรสัญชาติไทย โดยให้ ความสำคัญกับกับบริบทแวดล้อมที่มีการปรับเปลี่ยนอย่างต่อเนื่องตามยุคสมัย

ตัวอย่างกิจกรรมสำหรับผู้รับบริการ

กิจกรรมเกมและกีฬา (Games and Sports) เป็นการเคลื่อนไหวร่างกายที่ต้องใช้พลังกำลังร่วมกับการใช้สติปัญญา ภายใต้กฎกติกาและระยะเวลาที่ควบคุมกิจกรรม การออกแบบกิจกรรมจะต้องคำนึงถึงจำนวนของผู้เข้าร่วมในระดับช่วงอายุที่หลากหลายและเพศที่แตกต่างกัน เพื่อวัตถุประสงค์ในการสร้างความผ่อนคลายและความสามัคคีกันใหม่ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และ เพ็ญศิริ ศรีอำภา, 2557) สามารถจำแนกประเภทได้ดังนี้

(1) เกม (Games) เป็นกิจกรรมที่ดำเนินการแข่งขันภายใต้กติกาที่ระบุเอาไว้อย่างชัดเจน ใช้ทักษะทางด้านความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ รูปแบบของเกมส์จะช่วยให้ผู้เล่นได้ฝึกฝนความกล้าแสดงออก การพัฒนาอารมณ์ของตนเอง และการควบคุมผู้เล่นคนอื่น ตลอดจนการเปิดโอกาสทางสังคมกับสมาชิกใหม่ที่เข้าร่วมแข่งขัน และการสร้างความบันเทิงเป็นหมู่คณะหรือรายบุคคล เช่น เกมหมากกระดาน เกมทายคำปริศนา เป็นต้น

(2) กีฬา (Sports) เป็นกิจกรรมที่ดำเนินการแข่งขันตามจำนวนสมาชิก ได้แก่ เดี่ยว คู่ และ ทีม ซึ่งเป็นกีฬาพื้นฐานทั่วไปที่คุ้นเคย รวมถึงการปรับเปลี่ยนกิจกรรมไปตามสถานที่ เช่น กีฬาทางน้ำ นอกจากนี้ยังหมายถึง กีฬาที่มีส่วนช่วยเสริมสร้างสมรรถภาพทางร่างกาย เช่น การวิ่งเพื่อสุขภาพ การปั่นจักรยาน โยคะ ชกมวย วอลเลย์บอล วายน้ำ เป็นต้น



การเสริมสร้างบุคลิกภาพของพนักงานบริการ

บุคลิกภาพจะสามารถสร้างโอกาสสำหรับผู้ประกอบอาชีพบริการในทุกตำแหน่งงาน ซึ่งในขณะเดียวบุคลิกภาพที่ไม่พึงประสงค์ย่อมส่งผลโดยตรงกับการแสดงออกถึงความไม่มั่นใจส่วนบุคคล และนำไปสู่อุปสรรคต่อการปฏิบัติหน้าที่ภายในองค์กร การพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานบริการจำเป็นต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ค้นหาข้อบกพร่องในตัวเองให้เจอและฝึกฝนให้เกิดความเคยคุ้นเคย เพื่อนำไปสู่การบริการที่เป็นเลิศตั้งแต่วันที่แรกที่พบเจอผู้รับบริการ (ถิรัตน์ พิมพาภรณ์, 2557) กระบวนการพัฒนาบุคลิกภาพประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์ตนเองจากสำรวจลักษณะทางกายภาพที่ต้องปรับปรุงแก้ไข (2) การปรับปรุงตนเองภายใต้แรงจูงใจบนพื้นฐานที่สามารถเป็นไปได้ (3) การแสดงพฤติกรรมโดยนำแบบแผนที่กำหนดไว้มาทดสอบการเปลี่ยนแปลงภายในระยะเวลา 21 วัน (4) การประเมินผลตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดเอาไว้ หากพบสิ่งยังไม่เป็นไปตามความต้องการ จำเป็นต้องนำกลับมาวิเคราะห์หาสาเหตุการแก้ไขครั้งต่อไป สำหรับการเสริมสร้างบุคลิกภาพของพนักงานบริการ สามารถเลือกปฏิบัติได้ตามวิธีต่อไปนี้

1. การสวมใส่เครื่องแบบพนักงานที่เหมาะสม: การรักษาความสะอาดของเสื้อผ้า ร่างกาย และเส้นผมให้สะอาดอย่างสม่ำเสมอ ตัดป่ายชื่อ

2. การพัฒนารูปร่างให้มีค่าดัชนีมวลร่างกายที่สมส่วน ดังนี้

$$\text{ค่าดัชนีมวลกาย} = \frac{\text{น้ำหนัก (กิโลกรัม)}}{\text{ความสูง (เมตร)}^2}$$

ตารางดัชนีมวลกาย (Body Mass Index: BMI)

มาตรฐานอาเซียน BMI	การแปรผล
น้อยกว่า 1.85	น้ำหนักน้อยกว่ามาตรฐาน
1.85 – 22.9	ปกติ
23-24.9	อ้วนระดับที่ 1
25-29.9	อ้วนระดับที่ 2
มากกว่าหรือเท่ากับ 30	อ้วนระดับที่ 3

3. การเลือกทรงผมให้เข้ากับใบหน้า เช่น รูปหน้าไข่ รูปหน้ากลม รูปสี่เหลี่ยม เหลี่ยม รูปหน้าเพชร เป็นต้น

4. การยืนไม่ควรยืนพิงขา สำหรับการยืนต่อหน้าผู้รับบริการควรยืนตรงขาชิด มือทั้งสองแนบลำตัว หรือประสานไว้ข้างหน้า

5. การเดินลักษณะไม่ส่ายสะโพก ไม่ใช่การวิ่งต่อหน้าผู้รับบริการให้เลือกใช้วิธีการเดินเร็วแทน

รายการอ้างอิง

- กัตัญญู หิรัญญสมบุรณ์. (2557). การจัดการบริการ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรมการท่องเที่ยว. (2557). มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว (เล่มที่ 1) ประเภทโรงแรม ระดับ 5 ดาว. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว.
- กรณีการ์ พันทอง. (2550). การศึกษาและพัฒนาความเห็นอกเห็นใจผู้อื่นของนักเรียนวัยรุ่น. ปริญญาโท นิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). คู่มือการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ตามกรอบประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2558-2560. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กวิณ วงศ์ลีดี และคณะ. (2554). ความพึงพอใจ ด้านปัจจัยทางการตลาดที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันตัดสินใจที่กลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง. งานวิจัยได้รับทุนสนับสนุนจาก มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- กัลยาณี เสนาสุ. (2559). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสุขของคนไทย. รายงานวิจัย. สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2556). การคิดเชิงสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ : ชัคเชส มีเดียมีเดีย.
- จารุวรรณ กะวิเศษ. (2559). ธุรกิจโรงแรม. กรุงเทพมหานคร: แอ็ดวานซ์ อินเตอร์ พรีนติ้ง จำกัด.
- จารุวรรณ วิจิตรวงศ์วาน. (2556). การตัดสินใจของผู้บริหารกับการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนมัธยมศึกษา. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาบริหารการศึกษามหาบัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จำเนียร ช่วงโชติ และคณะ. (2515). จิตวิทยาการรับรู้และเรียนรู้. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: การศาสนา.
- ชายุดา จันทะปิตตา. (2556). การพัฒนาแบบฝึกเสริมทักษะการฟังภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ในโรงเรียนบัวหลวงวิทยาคม. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal. 6(2): 197-211.
- ตรีรัตน์ เสริมทรัพย์ และคณะ. (2556). วิจัยเชิงสำรวจการรู้จำใบหน้า. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์. มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ถิรัตน์ พิมพ์ภรณ์ และธีระวัฒน์ จันทิก. (2559). ความสุขในการทำงาน: ความท้าทายของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมบริการ. วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์. 18(2): 113-126.

- ถิตรีตัน พิมพาภรณ์. (2557). การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับผู้ให้บริการในธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อปจำกัด.
- ทองพันชั่ง พงษ์วารินทร์. (2555). KPI และ Action Plan. นนทบุรี: ธิงค์ บีคอนด์ บุ๊คส์.
- ภูริษฐ์ ไม้ให้. (2555). จริยธรรมในองค์การ ความพึงพอใจในงาน กับความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน : กรณีศึกษาบริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน). วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี. 4(1): 233-252.
- ธัชมน วรรณพิน และวาสนีย์ วิเศษฤทธิ์. (2555). ความสุขในการทำงานของพยาบาลวิชาชีพกลุ่มพนักงานมหาวิทยาลัย โรงพยาบาล มหาวิทยาลัยภายใต้กำกับของรัฐ. Rama Nurs J. 18(1): 9-23.
- น้ำฝน จันทน์นวล. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยแสดมฟอร์ด
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีอำภา. (2557). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. นนทบุรี: ธรรมสาร จำกัด.
- ประศาสน์ นิยม. (2555). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ขององค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ในประเทศไทย. ดุษฎีนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- เลิศพร ภาระกุล. (2558). แรงจูงใจและทัศนคติที่มีต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. งานวิจัยที่ได้รับทุนสนับสนุน. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พบพร โอทกานนท์ และเยาวภา ปฐมศิริกุล. (2556). รูปแบบคุณภาพบริการ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของชาวยุโรปและชาวอเมริกัน. วารสารธรรมศาสตร์. 32(1): 35-56.
- ระชานนท์ ทวีผล และธีระวัฒน์ จันทิก. (2561). ความเอาใจใส่ของพนักงานบริการ. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. 11(20):
- ธรรมา ดุริยางกุล และระพีพร ศรีจำปา. (2558). ทัศนคติของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ต่อการนำหลักอิทธิบาท 4 มาใช้ในการปฏิบัติงาน. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2558. วันที่ 28 เมษายน 2558.
- ภัทรพร สหวัฒน์พงศ์. (2558). ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจการโรงแรม. กรุงเทพฯ: อินสปายร์.
- สถาบันพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว. (2558). Housekeeping Trainee Manual. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สิทธิพร ประวัตติรุ่งเรือง และสมยศ อวเกียรติ. (2557). เทคนิคการตัดสินใจเชิงธุรกิจ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี. 8(16): 151-159.
- สุณี เพ็ชรงาม. (2553). ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียในการท่องเที่ยวในประเทศไทย. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยนเรศวร.

- สุดารัตน์ งามมงคลวงศ์. (2555). การรับรู้และความตระหนักของนักศึกษาระดับปริญญาตรีเกี่ยวกับ
 อาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ด้านการใช้งานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. วารสารการอาชีว
 และเทคนิคศึกษา. 2(4): 70-80.
- วีราภรณ์ บุตรทองดี. (2557). การศึกษาทัศนคติต่อการทำงาน องค์กร และความจงรักภักดีของ
 พนักงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ ปฏิบัติงานของพนักงานโรงงาน ในเขตนิคมอุตสาหกรรม
 จังหวัดปทุมธานี. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อมรรัตน์ วงศ์เป็ง. (2552). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทยของ
 นักท่องเที่ยวชาวยุโรป. RMUTT Global Business and Economic Reviews. 4(2): 39-
 57.
- อัญชญา จุลศิริ และเสวี ชัดแจ่ม. (2557). การเพิ่มความจำขณะคิดในผู้สูงอายุ. วารสารพยาบาลและ
 การศึกษา. 7(1): 16-25.
- Costa, G., and Glinala, E., (2003). Empathy and sport tourism service: A literature review.
 Journal of sport and tourism. 8(4): 284-292.
- Glisson, C; and Durick, M. (1998). Predictors of Job satisfaction and Organization
 commitment in Human Service Organization. Administrative Science Quarterly.
 33(March): 488-503.
- Goldenberg, I. and Goldenberg, H. (2008). Family Therapy: An Overview. 7th Edition.
 Brooks Publishing Company, U.S.A.
- Guilford, J.P., Fruchter and Benjamin. (1971). Fundamental Statistics in Psychology and
 Education, 6th ed. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Rojar, D. and Najanrian, B. (1989). The construction and validation of a new scale for
 measuring emotion control. Personality and Individual Differences, 10(8): 845-853.
- Rogers., CR. (1951). Client-Centered Therapy. Its Current Practice, Implications and
 Theory. Mifflin, Hiughtion: MI. International
- Mohammad, B.A. and Som, P.A. (2010). An analysis of push and pull travel motivation
 of foreign to Jordan. Journal of Business and Management. 5(12): 41-50.
- Mogra, J. (2012). Role play in teacher education: Is there still a place for it. Tean Journal.
 4(3): 4-15.
- The ASEAN Secretariat. (2016). ASEAN Green Hotel Standard. Jakarta Indonesia: Public
 Outreach and Civil Society Division.
- Samuel, C. (2012). Modern Management 9th Edition. New Jersey: Pearson.



แบบทดสอบวัดความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย

ชื่อ-นามสกุล:

เพศ อายุ ปี

ชื่อโรงแรม แผนกงาน

วัน.....ที่.....เดือน.....ปี.....

คำชี้แจง

1. ข้อสอบแบบปรนัย 5 ตัวเลือก จำนวน 45 ข้อ
2. กำหนดให้เขียนเครื่องหมาย **X** ลงในตัวช่องว่างของกระดาษคำตอบเพียงข้อเดียวเท่านั้น
3. ระยะเวลาในการทำข้อสอบทั้งหมดไม่เกิน 50 นาที
4. ผลการสอบครั้งนี้ ใช้สำหรับการวิจัยเท่านั้นซึ่งจะถูกปกปิดเป็นความลับและไม่ถูกเผยแพร่

1. หากท่านจะต้องปฏิบัติงานบริการส่วนหน้าบ้าน (Front of The House) หมายถึง ตำแหน่งใด

- ก. แผนกครัว (Kitchen)
- ข. แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage Service)
- ค. แผนกแม่บ้าน (House Keeping)
- ง. แผนกทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources)
- จ. แผนกบัญชี (Accounting)

2. งานบริการส่วนหลัง (Back of The House) ข้อใดต่อไปนี้ อธิบายไม่ถูกต้อง

- ก. ภาระงานที่คอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับการบริการในโรงแรมอย่างใกล้ชิด
- ข. ภาระงานที่สนับสนุนการเบิกจ่ายเงินของแต่ละแผนกในโรงแรม
- ค. ภาระงานที่คอยประสานงานเกี่ยวกับการบริการในแผนกต่างๆ
- ง. ภาระงานที่เกี่ยวข้องกับการซ่อมบำรุงวัสดุอุปกรณ์ภายในโรงแรม
- จ. ภาระงานที่ดำเนินกิจกรรมการประกอบอาหารและนำไปจัดส่งต่อไปแผนกต่างๆ

3. ข้อใดต่อไปนี้ ไม่ใช่ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นทั้งหมด

- ก. วิถีชีวิตและการประกอบอาชีพ
- ข. เส้นทางการท่องเที่ยวในป่าที่อุดมสมบูรณ์
- ค. ชายหาดทะเลที่เงียบสงบ
- ง. กิจกรรมและประเพณี
- จ. ภาษาและเครื่องแต่งกาย

4. ท่านคิดว่า ธุรกิจในอนาคตอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยวข้อใดต่อไปนี้ ที่มีบทบาทที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้รับบริการของโรงแรมประเภทบูติกน้อยที่สุด

- ก. บริษัทจัดนำเที่ยว
- ข. ร้านจำหน่ายสินค้าของฝ้ายของที่ระลึก
- ค. สายการบิน
- ง. ศูนย์ประชุมและสัมมนา
- จ. ภัตตาคาร

9. หากท่านต้องการกล่าวทักทายเมื่อพบเจอผู้รับบริการชาวต่างชาติโดยบังเอิญ จะกล่าวประโยคใดต่อไปนี่เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับผู้รับบริการมากที่สุด

ก. Good morning, may I help you ?

ข. Hello, mister/madam.

ค. Hi, how do you do?

ง. Hey you, mister/madam

จ. Good morning, how are you ?

10. หากผู้รับบริการสอบถามข้อมูลบางประการที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมประเภทบูติก แต่พนักงานไม่สามารถให้ข้อมูลได้ตั้งนั้นพนักงานจะมีวิธีการโต้ตอบอย่างไร

ก. I am afraid, I will be back.

ข. I am sorry, I will call back in 2 minutes

ค. I don't know, I am new comer

ง. I am apologize, I will call the manager for support you.

จ. I don't have a more information, but my manager can help you.

11. ถ้าต้องการทราบชื่อของผู้รับบริการชาวต่างชาติ ข้อใดต่อไปนี่สามารถสื่อสารออกมาเป็นภาษาอังกฤษอย่างไร

ก. May I have you name please?

ข. What's your name?

ค. Who you are?

ง. Could you spell your name please?

จ. Are you Mr.David?

12. ข้อใดต่อไปนี่ ไม่ใช่คำศัพท์สำหรับอธิบายทิศทางของผู้รับบริการชาวต่างชาติ

ก. Walk toward

ข. In front of

ค. Next to

ง. Go straight on

จ. Go on

13. หากต้องการจบประโยคสนทนาโดยคำนึงถึงความรู้สึกก่อนที่ผู้รับบริการชาวต่างชาติกำลังออกเดินทางกลับ ข้อใดต่อไปนี้มีคุณภาพและเหมาะสมมากที่สุด

- ก. See you again next time.
- ข. Bye bye, Thank you Madam
- ค. Thank you, good luck.
- ง. Thank you, I hope you come back again.
- จ. Goodbye, Have a nice day.

14. หากท่านต้องการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการสนับสนุนที่ต้องมุ่งเน้นความหลากหลายทางรสนิยมที่มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน คือ ผู้รับบริการกลุ่มใด

- ก. กลุ่มครอบครัว
- ข. กลุ่มคณะทำงานในองค์กรธุรกิจหรือสาขาอาชีพ
- ค. กลุ่มเชื้อชาติ
- ง. กลุ่มผู้รับบริการตามช่วงวัยทั่วไป
- จ. กลุ่มศาสนา

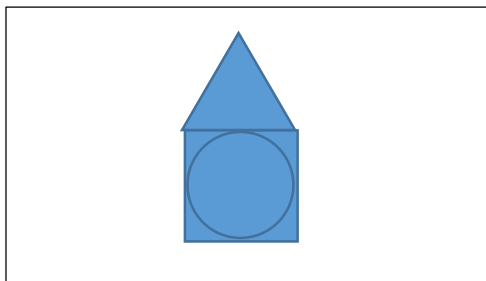
15. เหตุการณ์ใดต่อไปนี ที่พนักงานบริการสามารถแก้ไขปัญหาด้วยตนเองโดยไม่ต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกในการเข้ามาช่วยเหลือเพิ่มเติม

- ก. ผู้รับบริการมีอาการบาดเจ็บหรือได้รับอุบัติเหตุร้ายแรง
- ข. ทรัพย์สินของผู้รับบริการสูญหายในมูลค่ามากกว่า 50,000 บาท
- ค. เหตุทะเลาะวิวาทระหว่างผู้รับบริการที่อยู่ในห้องติดกัน
- ง. เพลิงไหม้ภายในห้องพักและพื้นที่สาธารณะของโรงแรม
- จ. ผู้รับบริการใช้ยาเสพติดภายในห้องพัก

16. ข้อใดต่อไปนี คือ การออกแบบภาระงานของแผนกในโรงแรมประเภทบูติคสามารถนำมาผสมรวมกันได้อย่างเหมาะสม รวมถึงการเพิ่มโอกาสแก่พนักงานบริการให้มีความสามารถข้ามสายงานมากที่สุด

- ก. แผนกแม่บ้าน (House Keeping) และแผนกบริการส่วนหน้า (Front Office)
- ข. แผนกบริการส่วนหน้า (Front Office) แผนกอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) และแผนกสำนักงานทั่วไป (Office Admin)
- ค. แผนกอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) และแผนกครัว (Kitchen)
- ง. แผนกบัญชี (Accounting) แผนกทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) และแผนกการตลาด (Marketing)
- จ. ภาระงานของแต่ละแผนกงานไม่สามารถทำงานร่วมกันได้

17.



จากภาพคนเห็นสิ่งของทั้งหมดกี่ชิ้น

- ก. 1 ชิ้น ข. 2 ชิ้น ค. 3 ชิ้น ง. 4 ชิ้น จ. ไม่สามารถระบุจำนวนได้

18. ข้อมูลของผู้รับบริการข้อใดต่อไปนี้เป็นสิ่งที่พนักงานโรงแรมประเภทบูติคต้องอาศัยทักษะการจดจำเป็นอันดับแรกสุด

- ก. ชื่อ-นามสกุล ข. หมายเลขประจำตัวประชาชนหรือหมายเลขหนังสือเดินทาง
ค. หมายเลขโทรศัพท์ติดต่อ ง. ภูมิลำเนา
จ. หมายเลขห้องพัก

19. พนักงานบริการจะสามารถพิจารณาหรือสังเกตข้อมูลประเภทใดต่อไป นี้ เพื่อให้เกิดการบริการที่มีความเหมาะสมกับจำนวนผู้เข้าพักในแต่ละครั้ง

- ก. วันเดือนปีเกิด ข. เชื้อชาติและศาสนา ค. เพศและอายุ
ง. สมาชิกที่ร่วมเดินทาง จ. รูปพรรณสัณฐานส่วนบุคคล

20. พฤติกรรมการตอบสนองของผู้รับบริการในลักษณะใดที่พนักงานบริการสามารถสังเกตได้ง่ายและรวดเร็วที่สุด

- ก. การแสดงสีหน้าของผู้รับบริการ
ข. การขยับร่างกายของผู้รับบริการ
ค. การสนทนาระหว่างผู้รับบริการกับผู้ให้บริการ
ง. การแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์จากผู้รับบริการ
จ. ใบประเมินความพึงพอใจจากผู้รับบริการ

21. การจดจำข้อมูลของผู้รับบริการรายเก่า ข้อใดต่อไปนี้เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น

- ก. คำชื่นชมที่เกี่ยวกับพนักงาน ข. ข้อร้องเรียนที่เป็นปัญหา
ค. ข้อเสนอแนะหรือคำร้องขอพิเศษ ง. ข้อ ก และ ข ถูกต้อง จ. ข้อ ข และ ค ถูกต้อง

22. ข้อใดต่อไปนี้เป็น ข้อความสำคัญของการมีทัศนคติที่ดีต่อพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติก

- ก. การปรับตัวของพนักงานบริการ
ข. การได้คำชื่นชมยกย่องในตัวพนักงานบริการ
ค. การเสริมสร้างความมั่นใจในตนเองมากยิ่งขึ้น
ง. การเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย
จ. การส่งเสริมทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์แก่พนักงานบริการ

23. หากท่านได้รับมอบหมายหน้าที่เพิ่มเติมที่มากกว่าวันปกติในต่างแผนก ท่านจะมีความรู้สึกอย่างไร

- ก. ได้รับค่าตอบแทนจากการทำงานล่วงเวลาซึ่งเป็นรายได้พิเศษ
ข. โอกาสได้เรียนรู้การทำงานข้ามสายงานเป็นโอกาสต่อยอดในอนาคต
ค. ภูมิใจที่หัวหน้างานได้เลือกให้ทำงานใหม่ เนื่องด้วยศักยภาพที่สูงกว่าเพื่อนร่วมงานคนอื่น
ง. ยินดีที่จะปฏิบัติงานเนื่องจากเป็นระยะเวลาทำงานมากกว่าปกติเพียง 1 ชั่วโมง
จ. อยากกลับไปพักเนื่องจากเกินระยะเวลาที่ทำงานแล้วในวันนี้

24. ข้อใดต่อไปนี้เป็น ไม่ใช่หลักการจัดการโรงแรมสีเขียว ภายใต้แนวคิด 3Rs+1R

- ก. การลดปริมาณของเสีย (Reduce)
ข. การลำดับความสำคัญของทรัพยากร (Remember)
ค. การนำทรัพยากรกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse)
ง. การนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ (Recycle)
จ. การบันทึกผล (Record)

25. หากท่านต้องการแสดงออกถึงความซื่อสัตย์ในอาชีพของพนักงานโรงแรมประเภทบูติก จะเลือกปฏิบัติอย่างไร

- ก. การยินดีที่จะเรียนรู้ถึงพฤติกรรมของผู้รับบริการในแต่ละภูมิภาค
ข. การห้วงแหวนทรัพยากรและอุปกรณ์ต่างๆ ของโรงแรม
ค. การเข้างานตรงต่อเวลาตามที่โรงแรมกำหนด
ง. การตระหนักถึงความสำคัญของสินค้าและบริการภายในโรงแรม
จ. การกำหนดแนวทางการเติบโตในสายงานหรือตำแหน่งที่สูงขึ้น

26. ท่านคิดว่า ข้อใดต่อไปนี้ ไม่ใช่ทักษะของผู้ฟังที่ดีสำหรับพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติก

- ก. มีสมาธิในระหว่างการสนทนา
- ข. มีการสอบถามในสิ่งที่ตนเองสงสัยเมื่อมีโอกาส
- ค. มีการวิเคราะห์ประโยชน์บอกเล่า
- ง. มีการวางใจเป็นกลางไม่อคติ
- จ. มีการจดบันทึกเล็กน้อยระหว่างการฟัง

27. การรับฟังปัญหาของผู้รับบริการข้อใดต่อไปนี้ มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการบริการของโรงแรมประเภทบูติกน้อยที่สุด

- ก. พนักงานพูดจาไม่สุภาพ
- ข. สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักชำรุด
- ค. อาหารเข้ารสชาติไม่อร่อย
- ง. ห้องพักมีขนาดเล็กเกินไป
- จ. ห้องน้ำไม่สะอาด

28. การรับฟังคำบอกเล่าหรือการขอคำปรึกษาของผู้รับบริการที่ไม่เกี่ยวข้องกับปัญหาจากการบริการของโรงแรมประเภทบูติก ซึ่งพนักงานบริการจะต้องอำนวยความสะดวกในการค้นหาข้อมูลประเภทใดเพิ่มเติมจากภายนอก

- ก. กิจกรรมพักผ่อนภายในโรงแรม
- ข. สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงกับโรงแรม
- ค. การบอกเล่าเรื่องราวชีวิตของผู้รับบริการ
- ง. รายการอาหารแนะนำของโรงแรม
- จ. จุดรับฝากสัมภาระภายในโรงแรม

29. เรื่องใดต่อไปนี้ เป็นความปลอดภัยเกี่ยวกับการบริการ ที่พนักงานไม่ควรซักถามข้อสงสัยจากผู้รับบริการ

- ก. เด็กทารกและผู้สูงอายุที่ร่วมเดินทางมาด้วย
- ข. สิ่งของมีค่าของผู้รับบริการที่นำติดตัวมาด้วย
- ค. ระยะเวลาที่ต้องการเข้าพักเพิ่มเติม
- ง. ประเภทของอาหารที่มีอาการแพ้
- จ. กิจกรรมหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการเพิ่มเติม

30. หากพนักงานโรงแรมประเภทบูติกเกิดการปะทะอารมณ์กับผู้รับบริการ และไม่สามารถควบคุมสถานการณ์ด้วยตนเอง จะมีวิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างไร

- ก. ไม่ซัดสีหน้า
- ข. ใช้น้ำเสียงที่สุภาพนอบน้อม
- ค. ประสานงานขอความช่วยเหลือจากหัวหน้า
- ง. การจัดสรรการบริการพิเศษทดแทน
- จ. ไม่มีข้อใดถูกต้อง

31. ท่านจะเลือกการวางแผนเพื่อป้องกันปัญหาความไม่เข้าใจของผู้รับบริการ และมีวิธีใดจะสามารถการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าได้ดีที่สุด

- ก. การจัดเตรียมอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในสภาพพร้อมใช้งาน
- ข. การตรวจสอบความสะอาดของพื้นสาธารณะในโรงแรม
- ค. การศึกษาข้อเสนอแนะหรือการบริการพิเศษที่เคยร้องขอจากครั้งที่ผ่านมา
- ง. การอธิบายข้อจำกัดของการบริการในแต่ละแผนกให้ผู้รับบริการทราบทันที
- จ. การจินตนาการอารมณ์ของตนเองให้อยู่ในระดับเดียวกับผู้รับบริการที่เผชิญปัญหา

32. ข้อร้องเรียนใดต่อไปนี้ มีส่วนเกี่ยวข้องกับปัจจัยภายนอกของโรงแรมที่ต้องเร่งดำเนินการแก้ไขโดยเร็วที่สุด

- ก. ระยะเวลาการเปิด-ปิดบริการห้องอาหาร หรือจุดบริการอื่นๆ
- ข. กลิ่นอับชื้นหรือกลิ่นเหม็นภายในห้องพัก
- ค. กระแสไฟฟ้าและระบบน้ำประปาขัดข้อง
- ง. จำนวนพนักงานไม่เพียงพอ
- จ. สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักไม่ครบตามสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้รับบริการรับรู้

33. หากผู้รับบริการไม่ได้รับการชดเชยด้วยสิทธิพิเศษหรือข้อเสนอจากโรงแรมในกรณีที่เกิดจากความไม่พึงพอใจในการบริการ พนักงานโรงแรมประเภทบูติกจะสามารถใช้วิธีใดต่อไปนี้ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกว่าตนเองเป็นผู้ที่ถูกต้องเสมอ

- ก. การรายงานผลความคืบหน้าเกี่ยวกับปัญหาที่กำลังดำเนินการแก้ไขแล้วหรือมีผู้บังคับบัญชามารับทราบ
- ข. การจดบันทึกลงในรายงานประจำวันและนำเข้าสู่การประชุมของแต่ละแผนกเพื่อหาทางแก้ไขต่อไป
- ค. การฝึกเฉยต่อสิ่งที่เกิดขึ้นและไม่แสดงท่าทีในการมีส่วนร่วมกับปัญหาดังกล่าว
- ง. การขอข้อมูลและรายละเอียดของผู้รับบริการเพื่อการติดต่อกลับภายหลัง
- จ. การซักจูงด้วยการบริการรูปแบบอื่นเพื่อเบี่ยงประเด็นปัญหาที่ยังไม่ได้รับการแก้ไข

34. การสร้างความเสมอภาคในกระบวนการให้บริการของพนักงานโรงแรมประเภทบูติก ข้อใดต่อไปนี้มีค่าสำคัญมากที่สุด

- ก. ตำแหน่งหรืออาชีพของผู้รับบริการ
- ข. สิ่งอำนวยความสะดวก
- ค. ลำดับเวลาที่เกี่ยวข้องกับการมาก่อน-หลัง
- ง. ราคาที่ผู้รับบริการเสียไปต่อรายการ
- จ. ช่องทางการติดต่อสื่อสารสำหรับผู้รับบริการ

35. การบริการแก่ผู้รับบริการทุกคนภายในช่วงเวลาเดียวกันและมีการชำระค่าบริการในอัตราส่วนที่เท่ากัน จำเป็นต้องพิจารณาถึงเงื่อนไขใด เพื่อให้เกิดการส่งมอบบริการที่มีความสะดวกสบายที่สุด

- ก. การมอบหมายพนักงานที่คอยให้ข้อมูลและช่วยเหลือ
- ข. การคำนึงถึงปริมาณสิ่งตอบแทนที่ผู้รับบริการจะได้รับ
- ค. การใช้เครื่องมือที่ทันสมัยในการให้บริการ
- ง. การแสดงเงื่อนไขการบริการและข้อจำกัดไว้ในจุดสังเกต
- จ. การควบคุมดูแลโดยหัวหน้าแผนกแต่ละส่วน

36. ข้อใดต่อไปนี้เป็นไม่ใช่องค์ประกอบของแผนภาพพิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint)

- ก. สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)
- ข. การปฏิบัติของผู้รับบริการ (Customer Action)
- ค. การปฏิบัติของพนักงานที่ปรากฏตัว (Visible)
- ง. เครื่องมือสนับสนุน (Tools)
- จ. กระบวนการสนับสนุน (Support System)

37. หากผู้รับบริการต้องการเช็คอินเข้าห้องพักก่อนกำหนดเวลาของโรงแรม พนักงานบริการควรมีวิธีการดูแลผู้รับบริการอย่างไรให้เกิดความเหมาะสมที่สุด

- ก. การอธิบายให้ผู้รับบริการทราบถึงข้อจำกัด
- ข. การจัดสรรพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการเพื่อเป็นการทดแทนการรอคอย
- ค. การให้ผู้รับบริการเสนอสิ่งของตนเองที่ต้องการโดยไม่ขัดต่อระเบียบของทางโรงแรม
- ง. การให้สิทธิแก่ผู้รับบริการได้เข้าห้องพักตามต้องการหากห้องพักมีความพร้อม
- จ. การเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นโดยมีบริการยานพาหนะให้

38. หลักการสำคัญในการแสดงออกถึงการยกย่องให้เกียรติของพนักงานบริการ ข้อใดกล่าวถูกต้องที่สุด

- ก. การแสดงความไม่เห็นแก่ตัวของพนักงาน
- ข. การสร้างความมั่นใจต่อหน้าผู้รับบริการ
- ค. การเลือกใช้คำพูดและกิริยาท่าทางที่เหมาะสมกับผู้รับบริการ
- ง. การดูแลปกป้องสิทธิประโยชน์และความปลอดภัยแก่ผู้รับบริการ
- จ. การเป็นกำลังใจให้ผู้รับบริการเมื่อยามทุกข์หรือเผชิญกับปัญหา

39. พนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติคควรแสดงการทักทายผู้รับบริการชาวต่างชาติเมื่อพบเจอครั้งแรกอย่างไร

- ก. การสัมผัสมือหรือการเช้คแฮนด์อย่างถูกต้องตามแบบฉบับสากล
- ข. การกล่าวคำทักทายสวัสดีเท่านั้น
- ค. การกล่าวคำทักทายสวัสดีพร้อมกับการเดินเข้าไปเช้คแฮนด์
- ง. การกล่าวคำทักทายสวัสดีพร้อมยกมือไหว้
- จ. การโบกมือพร้อมกล่าวทักทายเป็นภาษาอังกฤษ

40. เมื่อมีผู้อื่นจากภายนอกโรงแรมสวมแว่นดำมีความต้องการติดต่อผู้รับบริการที่ห้องพัก พนักงานบริการจะมีวิธีการปฏิบัติตัวอย่างไรให้เกิดความเหมาะสม

- ก. เปิดโอกาสให้ผู้ที่ต้องการติดต่อสามารถเข้าพบผู้รับบริการถึงห้องพัก
- ข. พนักงานบริการเป็นผู้นำผู้ที่ต้องการติดต่อไปเข้าพบผู้รับบริการถึงห้องพักด้วยตนเอง
- ค. พนักงานบริการติดต่อผู้รับบริการด้วยโทรศัพท์ภายในพร้อมแจ้งให้ทราบว่า มีผู้ขอพบ
- ง. พนักงานบริการประสานงานกับพนักงานอื่นที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับผู้รับบริการเป็นผู้ดูแลต่อ
- จ. แจ้งผู้ที่มาติดต่อให้นั่งรอจนกว่าผู้รับบริการจะลงมาพบด้วยตนเอง เพื่อไม่ให้เป็นการรบกวนความเป็นส่วนตัว

41. หากมีผู้รับบริการเป็นเพื่อนเก่าสมัยเรียนมัธยมศึกษาที่แห่งเดียวกับพนักงานบริการมาก่อน จะมีวิธีการปฏิบัติอย่างไร

- ก. เรียกชื่อเล่นพร้อมแหวหรือหยอกล้อตามระดับความสัมพันธ์สมัยเรียน
- ข. เชิญชวนให้ผู้รับบริการนั่งเพื่อพูดคุยเกี่ยวกับความเป็นมาในฐานะเพื่อนเก่าที่เคยรู้จัก
- ค. ยินสนทนาในท่าทางที่เหมาะสมพร้อมกล่าวทักทายสวัสดีในฐานะผู้ให้บริการเท่านั้น
- ง. เดินเข้าไปทักทายผู้รับบริการด้วยความสนิทสนมพร้อมรอยยิ้มที่แสดงความจริงใจ
- จ. หลีกเลี่ยงการบริการโดยประสานงานกับเพื่อนร่วมงานให้เข้ามาดูแล

42. วิธีการส่งเสริมบริการด้วยความสุขจากพนักงานโรงแรมประเภทบูติก ข้อใดต่อไปนี้ต้องอาศัยประสบการณ์ทั้งภายในและภายนอกโรงแรมเข้ามาช่วยออกแบบกิจกรรมให้มากที่สุด

- ก. การมอบพวงมาลัยแก่ผู้รับบริการชาวต่างชาติ
- ข. การบริการเครื่องดื่มสำหรับการต้อนรับ (Welcome Drink)
- ค. การนำพาผู้รับบริการชมส่วนต่างของโรงแรม
- ง. การแนะนำรายการอาหารและเครื่องดื่มตามความชอบของผู้รับบริการ
- จ. การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในแหล่งชุมชนท้องถิ่น

43. การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมภายในโรงแรมประเภทบูติก ข้อใดต่อไปนี้ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้รับบริการมากที่สุด

- ก. การบริการท่วงยางและเสื้อชูชีพ
- ข. การบริการจักรยาน
- ค. การบริการอุปกรณ์การทำอาหาร
- ง. การบริการอุปกรณ์การจัดทำงานศิลปะ
- จ. การบริการเกมส์หมากกระดาน

44. การมอบบริการด้วยบริการสุุดพิเศษสำหรับกลุ่มผู้รับบริการตามเทศกาลหรือวันสำคัญ ข้อใดต่อไปนี้ต้องคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวของผู้รับบริการมากที่สุด

- ก. การตกแต่งห้องพักด้วยดอกกุหลาบลงหน้าสำหรับคู่รักที่มาฉลองวันมงคลสมรส
- ข. การร้องเพลงอวยพรวันเกิดร่วมกันระหว่างพนักงานคนอื่นภายในแผนกและมอบขนมเค้กให้แก่ผู้รับบริการ
- ค. การนำเสนอชุดตัดกบาตรแก่ผู้รับบริการบริเวณล็อบบี้เพื่อนำไปร่วมกิจกรรมตอนเช้า
- ง. การจัดส่งการ์ดเชิญแก่ผู้รับบริการที่ต้องการเข้าร่วมเทศกาลวันปีใหม่มักับทางโรงแรม
- จ. การเลือกกิจกรรมศิลปะการแสดงพื้นเมืองให้ผู้รับบริการได้รับชมระหว่างรับประทานอาหาร

45. หากท่านต้องการที่จะสร้างความสุขด้วยบุคลิกภาพทางวิชาชีพของพนักงานบริการโรงแรมประเภทบูติก ข้อใดต่อไปนี้มีความสำคัญน้อยที่สุด

- ก. รอยยิ้มร่าเริงเป็นมิตรอยู่เสมอ
- ข. รักษาความสะอาดของร่างกาย
- ค. เสริมสร้างสุขอนามัยให้มีความแข็งแรง
- ง. กิริยาท่าทางที่สุภาพอ่อนโยน
- จ. แต่งหน้าในปริมาณที่พอเหมาะ

รายนามวิทยากร

1. อาจารย์ ดร.นิธิกร ม่วงศรีเขียว
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



2. คุณศุภชัย งามภูพันธ์
โรงแรมดุสิตธานี
บริษัท Dusit Worldwide Company Limited.



รายนามวิทยากรด้านกิจกรรมปฏิสัมพันธ์ และผู้ดำเนินรายการ

1. อาจารย์ ดร.ปริญญา นาคปฐม
ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายกิจการนิสิต
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการบริการ
วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยบูรพา



2. อาจารย์ ดร.มรกต กำแพงเพชร
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ



3. อาจารย์ ดร.ฐิติมา พูลเพชร
อาจารย์ประจำหลักสูตรพาณิชยศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ
วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง





กำหนดการโครงการทดสอบ

คู่มือมาตรฐานการให้บริการส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการบริการที่เป็นเลิศ

ในระบบโรงแรมประเภทบูติกของประเทศไทย

วันที่ 7 - 8 พฤศจิกายน 2560

ณ รอยัล ริเวอร์แคว รีสอร์ท แอนด์ สปา

วันอังคารที่ 7 พฤศจิกายน 2560

- | | |
|---------------|--|
| 08:30 – 09:00 | ลงทะเบียนผู้เข้าร่วมงาน |
| 09:00 – 10:20 | พิธีเปิดโครงการทดสอบคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษฯ พร้อมแนะนำทีมวิทยากร และดำเนินการทดสอบความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการ |
| 10:20 – 10:30 | พักรับประทานอาหารว่าง |
| 10:30 – 11:40 | การบรรยายและกิจกรรมเพื่อสร้างความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานด้านความต้องการความรู้ (Need Knowledge) |
| 11:40 – 12:30 | การบรรยายและกิจกรรมเพื่อสร้างความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานด้านการตัดสินใจ (Decision Marketing) |
| 12:30 – 13:30 | ถ่ายภาพหมู่และพักรับประทานอาหารกลางวัน |
| 13:30 – 15:30 | กิจกรรมการศึกษาดูงานแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรมในจังหวัดกาญจนบุรี |
| 15:30 – 15:40 | พักรับประทานอาหารว่าง |
| 15:40 – 16:20 | การบรรยายและกิจกรรมเพื่อสร้างความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานด้านความจำ (Memory) |
| 16:20 – 17:00 | การบรรยายและกิจกรรมเพื่อสร้างความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานด้านทัศนคติ (Attitude) |
| 17:00 – 18:00 | ผู้เข้าร่วมโครงการแยกย้ายเข้าสู่ห้องพักและพักผ่อนตามอัธยาศัย |
| 18:00 – 19:00 | รับประทานอาหารเย็นพร้อมกัน |

วันพุธที่ 8 พฤศจิกายน 2560

- 06:00 – 09:00 รับประทานอาหารเช้า
- 09:00 – 09:30 ลงทะเบียนผู้เข้าร่วมงาน
- 09:30 – 10:20 การบรรยายและกิจกรรมเพื่อสร้างความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานด้านการรับรู้ (Recognition)
- 10:20 – 10:30 รับประทานอาหารว่าง
- 10:40 – 11:20 การบรรยายและกิจกรรมเพื่อสร้างความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานด้านการโต้ตอบทางอารมณ์ (Interaction)
- 11:20 – 12:40 การบรรยายและกิจกรรมเพื่อสร้างความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานด้านความเสมอภาค (Equality)
- 12:40 – 13:40 รับประทานอาหารกลางวัน
- 13:40 – 14:20 การบรรยายและกิจกรรมเพื่อสร้างความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานด้านการยกย่องให้เกียรติ (Commendation)
- 14:20 – 15:20 การบรรยายและกิจกรรมเพื่อสร้างความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานด้านการสร้างความสุข (Happiness)
- 15:20 – 15:30 รับประทานอาหารว่าง
- 15:30 – 16:30 พิธีปิดโครงการทดสอบคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษฯ และดำเนินการทดสอบความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการ พร้อมมอบเอกสารการเข้าร่วมโครงการแก่ตัวแทนผู้เข้าร่วมการทดลอง

*หมายเหตุ: กำหนดการสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ระชานนท์ ทวีผล
วัน เดือน ปี เกิด	6 สิงหาคม 2531
สถานที่เกิด	กาญจนบุรี
วุฒิการศึกษา	กำลังศึกษาต่อในหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปี 2556 ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการ ท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร ปี 2554 บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจโรงแรมและที่พัก มหาวิทยาลัยศิลปากร
ที่อยู่ปัจจุบัน	เลขที่ 1 หมู่ที่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

