



การปรับตัวของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง ภายใต้
สถานการณ์โควิดสิบเก้า (COVID-19)

พรรัตน์ พิววงศ์สกุล

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2565

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

การปรับตัวของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง ภายใต้
สถานการณ์โควิดสิบเก้า (COVID-19)



พรรัตน์ พีรวงศ์สกุล

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2565

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

THE ADAPTATION OF CABIN CREW TO PERFORM IN PREMIUM SERVICE BUSINESS
UNDER COVID-19 CIRCUMSTANCE



PORNRAT PEERAWONGSAKUL

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE MASTER DEGREE OF SCIENCE
IN LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT
FACULTY OF LOGISTICS
BURAPHA UNIVERSITY

2022

COPYRIGHT OF BURAPHA UNIVERSITY

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ได้พิจารณางาน
นิพนธ์ของ พรรรัตน์ พีรวงศ์สกุล ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ณกร อินทร์พยุง)

..... ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ เ้าธนชลกุล)

..... กรรมการ
(ดร.เสาวนิตย์ เลขาวัต)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ณกร อินทร์พยุง)

..... คณบดีคณะโลจิสติกส์
(รองศาสตราจารย์ ดร. ณกร อินทร์พยุง)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ของ
มหาวิทยาลัยบูรพา

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.นุจรี ไชยมงคล)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

64920592: สาขาวิชา: การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน; วท.ม. (การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน)

คำสำคัญ: พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน, การปรับตัว, บริการมูลค่าสูง, โควิด 19

พวรรณ์ พีรวงศ์สกุล : การปรับตัวของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า (COVID-19). (THE ADAPTATION OF CABIN CREW TO PERFORM IN PREMIUM SERVICE BUSINESS UNDER COVID-19 CIRCUMSTANCE) คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์: ผนกร อินทร์พวง ปี พ.ศ. 2565.

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เรื่อง การปรับตัวของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาการปรับเปลี่ยนอาชีพของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสู่งานภาคบริการมูลค่าสูง, เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะของพนักงานที่องค์กรธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูงต้องการ และเพื่อเสนอแนะแนวทางที่จะช่วยสนับสนุนให้พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินหรือพนักงานที่มีลักษณะงานคล้ายกันสามารถปรับเปลี่ยนไปปฏิบัติงานในธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในช่วงภาวะการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย การวิจัยเชิงเอกสารและแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่าสิ่งที่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินต้องปรับตัวเพื่อเปลี่ยนงานมากที่สุด คือ 1. รายรับที่ลดลง 2. ตารางเวลาการทำงาน 3. ทักษะใหม่ที่เป็นในการปฏิบัติงานประจำสำนักงาน ส่วนสิ่งพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินได้เปรียบในการปรับเปลี่ยนอาชีพไปปฏิบัติงานในธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง คือ เพราะด้วยรูปลักษณ์, ทักษะ, บุคลิกภาพ, ภาษาและคุณสมบัติต่าง ๆ ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินก็เป็นลักษณะเดียวกับบุคลากรที่ธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูงต้องการ และสิ่งที่ต้องเพิ่มเติมคือทักษะทางธุรกิจ, ความรู้ทางเทคโนโลยี และงานเอกสารเฉพาะทาง

64920592: MAJOR: LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT; M.Sc.
(LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT)

KEYWORDS: CABIN CREW, ADAPTATION, PREMIUM SERVICE, COVID-19

PORNRAT PEERAWONGSAKUL : THE ADAPTATION OF CABIN CREW TO
PERFORM IN PREMIUM SERVICE BUSINESS UNDER COVID-19 CIRCUMSTANCE. ADVISORY
COMMITTEE: NAKORN INDRA-PAYOONG, Ph.D. 2022.

This research is a qualitative research on the adaptation of cabin crew to perform in premium service businesses under the COVID-19 circumstance. The purposes of this research were to study the problem of cabin crew career transition to high-value service sectors, to analyze employee characteristics required by premium service enterprises and to suggest ways to support cabin crew or similar jobs can be efficiently adapted to operate in the high-value service sector, during the COVID-19 pandemic.

The tools used to collect this research data It consists of documented research and semi-structured in-depth interviews. The results showed the things that cabin crew had to adjust to in order to change jobs the most were 1. Lower income, 2. Work schedule, and 3. New skills needed in office operations. The advantage of a cabin crew in a career transition to a premium service business is that the appearance, skills, personality, language and attributes of a cabin crew are the same as those of a business person. And what need to add is business skills, technological know-how and specific documents.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยความกรุณาของท่านอาจารย์ รศ.ดร.ณกร อินทร์พุง ซึ่ง
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยที่กรุณาให้เวลา ให้คำปรึกษา และให้แนวทางอันเป็นประโยชน์ต่อการ
ดำเนินงานวิจัยด้วยความเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์คณะกรรมการสอบวิจัย ผศ.ดร.ไพโรจน์ เจริญชลกุล และดร.
เสาวนิตย์ เลขวัต ซึ่งให้ความอนุเคราะห์ตรวจสอบงานวิจัย ให้ข้อเสนอแนะและให้แนวคิดต่าง ๆ ที่เป็น
ประโยชน์กับงานวิจัยเล่มนี้ ตลอดจนแหล่งอ้างอิงข้อมูลและผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกท่าน ที่ให้ความกรุณา
สละเวลาให้ข้อมูลวิจัยในครั้งนี้

และขอบพระคุณมารดา พี่ชาย ครอบครัวของข้าพเจ้า เจ้าหน้าที่ผู้ช่วยประสานงาน รวมถึง
กัลยาณมิตรทุกท่านที่ร่วมสนับสนุน ส่งเสริม และให้กำลังใจในการศึกษาระดับปริญญาโทครั้งนี้

พรรัตน์ พีรวงศ์สกุล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญ.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
คำถามการวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดและทฤษฎีการปรับตัวในการทำงาน.....	9
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องการปรับตัวในการทำงาน.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	18
การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ.....	19
ทฤษฎีและแนวคิดของงานบริการที่เป็นเลิศสำหรับธุรกิจบริการมูลค่าสูง (Premium service) ..	34
แนวคิดและหลักการประเมินค่างาน.....	45
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	49

การวิจัยเอกสาร (Documentary research)	57
การวิจัยขั้นสำรวจ/ การวิจัยเชิงบุกเบิก (Exploratory research).....	61
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	62
ฐานข้อมูลของผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	62
เทคนิคการเลือกสุ่มตัวอย่างและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	63
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	63
การเก็บรวบรวมข้อมูล	64
การวิเคราะห์ข้อมูล	64
ข้อพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัย.....	66
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	66
ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล.....	67
บทที่ 4	68
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	68
รวบรวมข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีที่สำคัญจากเอกสาร หนังสือ บทความ เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง	68
การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง	68
บทที่ 5	76
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	76
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	76
คำถามการวิจัย	76
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	76
วิธีดำเนินงานวิจัย	77
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	78
สรุปผลการวิจัย.....	79
อภิปรายผลการวิจัย.....	80

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์.....	83
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป.....	83
บรรณานุกรม.....	87
ภาคผนวก.....	88
แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง.....	89
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	94



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปผู้ให้ข้อมูลหลัก.....	70
ตารางที่ 2 ค่าตอบแทน (รายรับรวม).....	71
ตารางที่ 3 ข้อเปรียบเทียบของงานในสาย Premium service เมื่อเทียบกับพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน.....	72
ตารางที่ 4 ข้อดี-ข้อควรพิจารณา.....	74
ตารางที่ 5 ข้อได้เปรียบ-ข้อเสียเปรียบ	74
ตารางที่ 6 Underqualified-Overqualified	75

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด	6
ภาพที่ 2 แนวคิดทฤษฎีการปรับตัวของรอย (Roy's adaptation model)	14
ภาพที่ 3 คุณภาพของงานบริการ	19
ภาพที่ 4 แบบจำลองคุณภาพของการบริการ	24
ภาพที่ 5 ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการสร้างบริการที่เป็นเลิศ.....	35
ภาพที่ 6 โรงแรมศรีพันวา ภูเก็ต (Sri Panwa Phuket Villas).....	41
ภาพที่ 7 โรงแรมรายาวดี กระบี่ (Rayavadee Hotel)	42
ภาพที่ 8 เดอะ นาคา ภูเก็ต วิลล่า (The Naka Phuket Villa)	42
ภาพที่ 9 โรงแรมแมนดาริน โอเรียนเต็ล กรุงเทพฯ (Mandarin Oriental Hotel).....	43
ภาพที่ 10 โรงแรมโอคุระ เพรสทีจ กรุงเทพฯ (The Okura Prestige Bangkok).....	43
ภาพที่ 11 อนันตรา ไม้ขาว ภูเก็ต วิลล่า (Anantara Phuket Villas)	44
ภาพที่ 12 โฟร์ซีซั่นรีสอร์ท เชียงใหม่ (Four Seasons Resort Chiang Mai)	44
ภาพที่ 13 ภูเก็ตเบย์ อะ ริทซ์-คาร์ลตัน รีเสิร์ฟ (Phulay Bay, A Ritz Carlton Reserve)	45
ภาพที่ 14 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ตามลำดับขั้นการบทสรุป.....	52
ภาพที่ 15 ตัวอย่างการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าในงานวิจัยเชิงคุณภาพ.....	65
ภาพที่ 16 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล.....	67

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญ

โควิดสิบเก้า (COVID-19) คือ โรคติดเชื้อจากไวรัสชนิดหนึ่ง ซึ่งพบการระบาดในช่วงปี 2019 ที่ เมืองอู่ฮั่นประเทศจีน โดยในตอนนั้นเราจะรู้จักกันโรคนี้ในชื่อว่าไวรัสอู่ฮั่น ก่อนที่ภายหลังจะระบุเชื้อก่อโรคได้ว่าเป็นเชื้อในตระกูลของโคโรนาไวรัส แต่เป็นสายพันธุ์ใหม่ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ดังนั้นทางด้านองค์การอนามัยโลกจึงได้ตั้งชื่อโรคติดต่อชนิดนี้ใหม่อย่างเป็นทางการ โดยมีชื่อว่าโควิดสิบเก้า เพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายทางชื่อเสียงกับพื้นที่เกิดการระบาดของโรค

จากนั้นการระบาดก็เริ่มทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ ซึ่งวิกฤติโควิดสิบเก้าเกิดการแพร่ระบาดไปในหลายประเทศ ยิ่งนานวันก็ยิ่งขยายการแพร่ระบาดออกไปในหลายทวีป แม้กระทั่งประเทศไทยนั้นเริ่มมีการระบาดตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 แต่ระบาดหนักที่สุด ในช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 จนต้องทำให้มีมาตรการล็อกดาวน์จากรัฐบาล โดยศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) ที่ประกาศให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานเป็นการทำงานที่บ้าน ทำให้ทุกคนรู้จักกับคำว่า“เวิร์คฟอร์มโฮม” (Work from home) และรวมถึงพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินต้องมีการปรับตัวและปรับรูปแบบในการให้บริการแก่ผู้โดยสาร เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า ซึ่งการแพร่ระบาดโควิดสิบเก้า นั้น ได้สร้างวิกฤตแก่สังคมโลกเป็นอย่างมาก ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลกในวงกว้าง ทั้งในภาคการบริการและภาคอุตสาหกรรม โดยหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด คือธุรกิจสายการบิน

เมื่ออุตสาหกรรมการบินนั้นหยุดชะงัก ส่งผลให้มีการลดเที่ยวบินจำนวนมาก อีกทั้งมีการลดจำนวนผู้โดยสารในแต่ละเที่ยวบินลงเพื่อรักษาระยะห่างทางสังคม (Social distancing) ทางสายการบินจึงต้องมีมาตรการการปรับลดจำนวนพนักงานในการปฏิบัติหน้าที่ของแต่ละเที่ยวบินลง เพื่อลดต้นทุนของเที่ยวบินและลดโอกาสในการแพร่เชื้อโควิดสิบเก้า ด้านพนักงานส่วนที่ไม่ได้ทำการปฏิบัติหน้าที่นั้น ให้พนักงานทำการเตรียมตัวรอ (Standby) ทางสายการบินเรียกไปสลับกันปฏิบัติหน้าที่กับพนักงานที่ได้ทำการปฏิบัติหน้าที่เรียบร้อยแล้วในเที่ยวบินถัดไป จากที่ปกติพนักงานจะต้องทำการปฏิบัติหน้าที่ตามตารางบินในแต่ละเที่ยวบินตลอดเกือบทุกวัน จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนตารางการทำงานของตัวเอง รวมถึงการกักตัว 14 วันหลังกลับจากเที่ยวบินขาเข้าจากต่างประเทศ ด้วยแน่นอนที่ว่าพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินจะต้องเผชิญกับความรู้สึกที่ไม่มั่นคงทางอาชีพ และความวิตกกังวลที่จะต้องกลับไปให้บริการอีกครั้ง ภายใต้มาตรการการควบคุมการระบาดของเชื้อไวรัสโควิดสิบเก้า ทำให้ทางสายการบินต้องมีมาตรการเข้มงวดด้านสาธารณสุขมากขึ้น ตามคำสั่งของสำนักงาน

การบินพลเรือนแห่งประเทศไทย การที่สายการบินทำการปรับลดเที่ยวบินลงนั้น ส่งผลกระทบต่อสภาพจิตใจของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินโดยตรง เนื่องจากรายได้ลดลงซึ่งส่งผลโดยตรงกับวิถีชีวิตที่ต้องปรับเปลี่ยนไปตามรายได้ พนักงานจำนวนมากถูกขอให้ลดเงินเดือนตั้งแต่ร้อยละ 25 จนถึงร้อยละ 75 เพื่อประคองสภาพทางการเงินขององค์กร ซึ่งเป็นเรื่องที่พนักงานทำได้ยากด้วยความรู้สึกไม่มั่นคงและกังวลต่อสภาพทางธุรกิจของบริษัทที่สั่นคลอน สถานการณ์ที่ยังไม่ฟื้นตัวเท่าที่ควรนำไปสู่ความเครียดสะสม โดยเฉพาะพนักงานที่มีภาระค่าใช้จ่ายและหนี้สินต่าง ๆ ที่ยังต้องชำระประจำอยู่ทุกเดือน จากที่พนักงานเคยมีรายได้ที่สูงในช่วงปฏิบัติงาน จนมีพนักงานจำนวนหนึ่งมองหาอาชีพเสริม หรือเปลี่ยนอาชีพเพื่อที่จะสามารถทำให้ดำรงชีพอยู่ได้

สถานการณ์ปัจจุบันการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้ายังคงระบอบอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้สายการบินในประเทศไทยยังไม่สามารถกลับมาทำการบินได้ตามปกติ รวมไปถึงพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินต้องหยุดปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง และยาวนานที่สุดตั้งแต่ที่เคยมีการหยุดทำการบินมา ทำให้พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินจำนวนหนึ่งได้ตัดสินใจผันตัวไปปฏิบัติงานในภาคธุรกิจอื่น โดยเฉพาะธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง (Premium service) เพราะโดยพื้นฐานแล้ว งานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน เป็นงานที่ต้องใช้ทักษะการบริการขั้นสูง ต้องมีปฏิภาณไหวพริบในการแก้ปัญหาต่าง ๆ อย่างรวดเร็วในสถานที่และทรัพยากรที่จำกัด มีรูปลักษณ์น่ามอง บุคลิกภาพที่ดี และมีความสามารถในการสื่อสารภาษาที่ 2 หรือ 3 ได้ จากคุณสมบัติที่กล่าวมาข้างต้นนั้น เมื่อถึงคราวที่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินต้องปรับเปลี่ยนไปปฏิบัติงานในธุรกิจภาคบริการอื่น จึงมีคุณสมบัติเป็นที่ต้องการของภาคธุรกิจนั้น ๆ และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพดี จากทักษะเดิมที่มีติดตัวด้วย

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับการปรับตัวและปัจจัยที่สนับสนุนให้พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน สามารถผันตัวไปปฏิบัติงานในธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นที่ต้องการของภาคธุรกิจนั้น ๆ โดยเฉพาะในช่วงที่ธุรกิจการบินซบเซา จากการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการเรียนรู้ทางการศึกษาแก่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บุคลากรในอาชีพที่เกี่ยวข้องทางการบิน กลุ่มบุคคลที่สนใจ หรืออาชีพอื่นที่ประสบปัญหาคล้ายกัน สามารถนำผลวิจัยมาปรับใช้กับตนเอง และนำความรู้ความสามารถรวมทั้งประสบการณ์จากการปฏิบัติหน้าที่ลักษณะเดียวกับพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มาปรับเป็นทักษะ ความสามารถที่โดดเด่น และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาการปรับเปลี่ยนอาชีพของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสู่งานภาคบริการมูลค่าสูง ในช่วงภาวะการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า
2. เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะของพนักงาน ที่องค์กรธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง ต้องการในช่วงภาวะการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางที่จะช่วยสนับสนุนให้พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินหรือพนักงานที่มีลักษณะงานคล้ายกัน สามารถปรับเปลี่ยนไปปฏิบัติงานในธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในช่วงภาวะการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า

คำถามการวิจัย

พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินต้องมีการปรับตัวอย่างไร เพื่อให้เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานในธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตข้อมูล เลือกศึกษาข้อมูลเฉพาะผู้ที่เคยเป็นพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่ผันตัวไปปฏิบัติงานในธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง และผู้ประกอบการธุรกิจภาคบริการภาคมูลค่าสูง ในช่วงภาวะการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า เท่านั้น
2. ขอบเขตเวลา ระยะเวลาของการดำเนินงานวิจัยในช่วงเดือนเมษายน-พฤษภาคม พ.ศ. 2565 เท่านั้น
3. ขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง เลือกศึกษาข้อมูลเฉพาะผู้ที่เคยเป็นพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินและผู้ประกอบการธุรกิจภาคบริการภาคมูลค่าสูง เท่านั้น
4. ขอบเขตสังกัด เลือกศึกษาเฉพาะผู้ที่เคยเป็นพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสายการบินในประเทศไทย และองค์กรธุรกิจภาคบริการภาคมูลค่าสูง ในประเทศไทยเท่านั้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ในช่วงภาวะการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า
2. ได้ใช้เป็นกรณีศึกษา (Case study) ถึงการปรับเปลี่ยนอาชีพของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ในช่วงภาวะการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า

3. ได้ทราบแนวทางที่จะช่วยสนับสนุนให้พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน สามารถปรับเปลี่ยน ผันตัวไปปฏิบัติงานในธุรกิจภาคการบริการมูลค่าสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในช่วงภาวะการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า

4. ได้ใช้เป็นแนวทางการรับมือกับปัญหาลักษณะเดียวกันที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต กับพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินหรืออาชีพอื่นที่มีลักษณะเดียวกัน โดยศึกษาจากผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการหยุดชะงักทางการบินครั้งนี้

นิยามศัพท์เฉพาะ

พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน หมายถึง พนักงานต้อนรับของสายการบิน ที่ทำหน้าที่ดูแลความปลอดภัย ให้การบริการและอำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสารตลอดเที่ยวบิน โดยมีการฝึกอบรมการด้านการบริการตามระดับชั้นที่นั่งเช่น ที่นั่งชั้นหนึ่ง (First class), ชั้นธุรกิจ (Business class) และชั้นเดินทางท่องเที่ยวหรือชั้นประหยัด (Economy class) และต้องมีการทบทวนซักซ้อมเรื่องการดูแลรักษาความปลอดภัย และการใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ บนเครื่องบินเป็นประจำทุกปี ตามระเบียบของสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT) โดยตำแหน่งพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินนี้ เป็นพนักงานของสายการบินที่ให้บริการใกล้ชิดกับผู้โดยสารมากที่สุด และยังมีส่วนเป็นอย่างมากต่อภาพลักษณ์ของสายการบิน

โควิดสิบเก้า (COVID-19) หมายถึง โรคติดต่อที่เกิดจากไวรัสโคโรนาชนิดที่มีการค้นพบล่าสุด และไม่เคยเป็นที่รู้จักมาก่อนที่จะมีการระบาดในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน ในเดือนธันวาคมปี พ.ศ. 2562 โดยผู้ป่วยรายแรกเท่าที่ทราบกัน เริ่มมีอาการตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน โดยการแพร่เชื้อของโรคโควิดสิบเก้า แพร่จากคนสู่คนผ่านทางฝอยละอองจากจมูกหรือปาก และรับเชื้อโดยการสูดฝอยละอองจากผู้ป่วยเข้าไป หรือจากการเอามือไปจับพื้นผิวที่มีฝอยละอองฝอยเหล่านั้นแล้วมาจับตามใบหน้า โดยในระยะแรกนับจากตั้งแต่ติดเชื้อจะมีการแสดงอาการตั้งแต่ 1-14 วัน และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5-7 วัน เกินร้อยละ 97 ของผู้ป่วยเริ่มมีอาการจากการติดโควิดสิบเก้าต้องมีระยะเวลาจึงจะแสดงอาการออกมา ส่งผลให้คนที่ได้รับเชื้อไม่รู้สึกรู้ตัวและยังใช้ชีวิตปกติ จึงส่งผลให้เกิดการแพร่ระบาดในวงกว้าง โดยเฉพาะในชุมชนขนาดใหญ่และพื้นที่ที่มีความหนาแน่น จากการแพร่ระบาดทำให้หลายประเทศได้รับผลกระทบอย่างหนัก ทั้งทางสาธารณสุขและทางเศรษฐกิจ จึงทำให้หลายประเทศออกมาตรการต่าง ๆ เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า

การปรับตัว หมายถึง การปรับตัวของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินจากปกติสู่ช่วงการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้าทั้งในแง่ของการทำงาน ได้แก่ ตารางบิน ขั้นตอนปฏิบัติการ และรายรับที่ต่าง

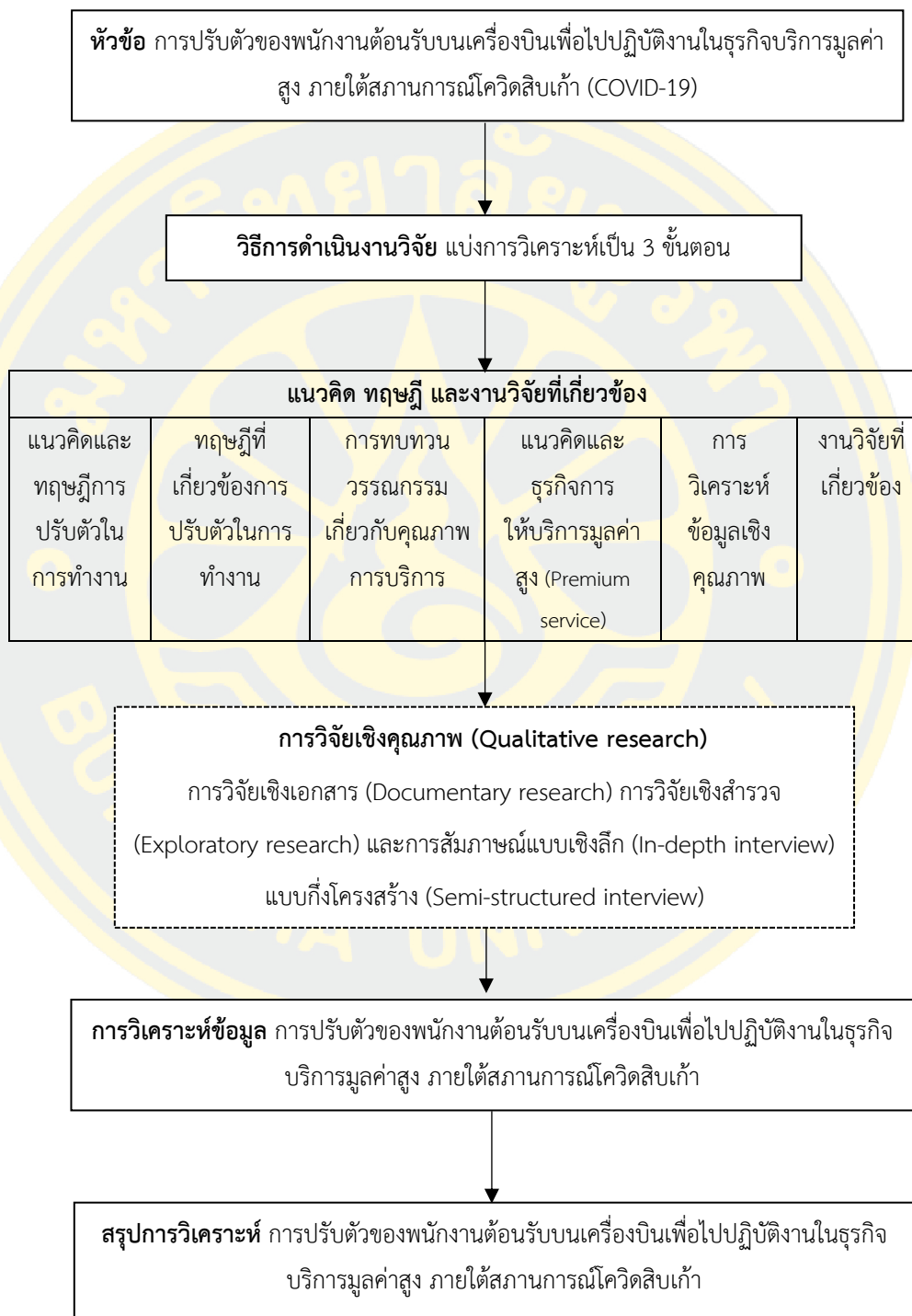
ไปจากเดิมมาก และในแง่ของชีวิตส่วนตัว เช่น สภาพจิตใจ ความรู้สึกไม่มั่นคง การมองหางานใหม่ที่ ทำให้รู้สึกมั่นคงมากกว่า

การปรับเปลี่ยนงาน หมายถึง การเปลี่ยนตำแหน่งงาน หน้าที่ ลักษณะงาน หรือสถานที่ทำงาน โดยจุดประสงค์ของการโยกย้าย อาจจะทำเพื่อต้องการให้พนักงานทำงานในสภาพแวดล้อมใหม่ และเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถเติบโตในองค์กรได้

การบริการ หมายถึง ความเต็มใจพร้อมที่จะอำนวยความสะดวกหรือช่วยเหลือเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการอย่างถูกต้อง ต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ ตามกำหนดการที่สัญญาไว้กับลูกค้า มีความรู้ทักษะ ความสามารถ ความชำนาญ ในการปฏิบัติงาน มีคุณค่า น่าเชื่อถือ มุ่งหวังให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและประทับใจ และเป็นเครื่องมือช่วยให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการดำเนินงานทางธุรกิจได้

บริการมูลค่าสูง (Premium service) หมายถึง บริการที่ให้ความรู้สึกถึงคุณภาพที่สูงกว่าปกติ โดยมีต้นทุนต่าง ๆ ที่ใช้ในการบริการสูงกว่า มีการตกแต่งสถานที่ให้บริการอย่างสวยงามหรูหรา มีการสร้างบรรยากาศให้เป็นที่ประทับใจแก่ผู้ใช้บริการอย่างสูงสุด ผู้ให้บริการมีความชำนาญเฉพาะทาง ราคาอาจจะแพงกว่าบริการประเภทเดียวกัน แต่คุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ใช้และคุณค่าจะสูงขึ้นไปกว่าบริการทั่วไป และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคมามากกว่า

กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาการปรับตัวของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า มีทฤษฎี แนวคิด เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมและค้นคว้าข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัย มีดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีการปรับตัวในการทำงาน

- 1.1 ความหมายการปรับตัว
- 1.2 ประเภทของการปรับตัว
- 1.3 ทักษะที่จำเป็นต่อการปรับตัวในการทำงาน
- 1.4 การปรับตัวในยุคดิจิทัล

2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวในการทำงาน

- 2.1 ทฤษฎีการปรับตัว
- 2.2 ทฤษฎีการปรับตัวในการทำงาน
- 2.3 ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงบทบาทในการทำงาน

3. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

- 3.1 ความหมายของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
- 3.2 ความแตกต่างระหว่างการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์กับการฝึกอบรม

4. การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

- 4.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
- 4.2 ความหมายของคุณภาพการบริการ
- 4.3 ความสำคัญของบริการที่มีคุณภาพ
- 4.4 สาเหตุสำคัญในการพัฒนาคุณภาพบริการ
- 4.5 ระดับคุณภาพการบริการ (Level of service quality)
- 4.6 ช่องว่างที่ทำให้การบริการไร้คุณภาพ
- 4.7 ปัจจัยกำหนดคุณภาพของการบริการ

- 4.8 การจำแนกประเภทของคุณภาพในการบริการ
- 4.9 การพิจารณาจากผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น
- 4.10 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของการบริการและผลการดำเนินงานของกิจการ

5. แนวคิดและธุรกิจการให้บริการมูลค่าสูง

- 5.1 ความหมายการให้บริการมูลค่าสูง
- 5.2 ตัวอย่างประเภทของธุรกิจที่ให้บริการมูลค่าสูง ในประเทศไทย

6. แนวคิดและหลักการประเมินค่างาน

- 6.1 การวิเคราะห์งาน
- 6.2 กระบวนการประเมินค่างาน
- 6.3 โครงสร้างองค์กรและการกำหนดหน้าที่ของตำแหน่งงาน

7. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

- 7.1 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)
- 7.2 แนวทางการนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ
- 7.3 การตรวจสอบสามเส้า (Triangulation)

8. การวิจัยเอกสาร (Documentary research)

- 8.1. ความเป็นมาของการวิจัยเอกสาร
- 8.2. ความหมายของการวิจัยเอกสาร

9. การวิจัยขั้นสำรวจ/ การวิจัยเชิงบุกเบิก (Exploratory research)

แนวคิดและทฤษฎีการปรับตัวในการทำงาน

ความหมายการปรับตัว

หนึ่งฤทัย ขนานแข็ง (2562) กล่าวว่า การปรับตัว (Adaptation) เป็นความสามารถของมนุษย์ ที่จะจัดการกับปัญหาและความต้องการของสภาพแวดล้อม การที่บุคคลสามารถปรับพฤติกรรมให้เข้าสังคม สิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง หรือพยายามปรับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่ตนสามารถอยู่ในสังคมได้อย่างปกติ เป็นกระบวนการทางสังคมที่เกิดขึ้นกับผู้ย้ายถิ่น จะโดยรู้ตัวหรือไม่ก็ตามในการจะเลือกปฏิบัติสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เพื่อปรับความต้องการของตนเองให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม สามารถปรับตัวให้เข้ากับปัญหาและสามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้นได้ รวมทั้งความสามารถในการเกี่ยวข้องกับบุคคลต่าง ๆ และเรียนรู้ทักษะทางสังคมได้ เช่น ความสามารถในการเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นทั้งกลุ่มเพื่อนและคนแปลกหน้า และจะช่วยพัฒนาทัศนคติที่ดีต่อสังคม เช่น มีความคิดที่จะช่วยเหลือคนอื่น ๆ เป็นต้น ซึ่งโดยปกติแล้วการปรับตัวจะเกิดจากการเรียนรู้ทางสังคมมากกว่าจะเกิดขึ้นจากการถ่ายทอดทางพันธุกรรม การปรับตัวประกอบไปด้วยกระบวนการย่อย 2 ประการคือ

1. การดัดแปลง หมายถึง การปรับตัวทางชีวภาพหรือทางร่างกาย เป็นผลมาจากการแข่งขันของผู้ย้ายถิ่นที่พยายามปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในสังคม
2. การปรับตัวในทางสังคม หมายถึง การทำให้อยู่ในภาวะที่เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมในที่ใหม่ การปรับตัวในทางสังคมนี้เกิดจากการที่บุคคลมีประสบการณ์ทางสังคม

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ความหมายของการปรับตัว หมายถึง กระบวนการของมนุษย์มีสิ่งเปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนไปในทางที่ดีหรือทางที่ไม่ดีก็ตาม มนุษย์จะทำการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ความคิด ไปตามสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อที่จะได้ดำรงชีวิตอยู่ต่อไป

ประเภทของการปรับตัว

ประเภทการปรับตัว แบ่งออกได้ดังนี้

1. การปรับตัวทางร่างกาย

เป็นการปรับตัวต่อสิ่งเร้าโดยการเปลี่ยนแปลง ทำงานส่วนประกอบและโครงสร้าง เพื่อรักษาคุณภาพของชีวิต

1.1 การปรับตัวทางร่างกายอย่างชั่วคราว เป็นการเปลี่ยนแปลงด้วยกลไกการรักษาความสมดุล (Homeostasis) ของร่างกายซึ่งเป็นการทำงานช่วงสั้น ๆ เช่น การปรับตัวต่ออุณหภูมิหนาวเย็น การปรับความดันโลหิต เป็นต้น

1.2 การปรับตัวทางร่างกายอย่างถาวร เป็นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและการทำหน้าที่ของระบบชีวิตที่มีผลถาวร เช่น การทำให้มีกล้ามเนื้อเพิ่มขึ้น มีหลอดเลือดมาเลี้ยงเพิ่ม และการปรับตัวอย่างถาวรเกิดจากการปะทะสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมหนึ่งซ้ำ ๆ ต่อเนื่องกัน หรือฝึกหัดอยู่เป็นเวลานาน

2. การปรับตัวทางจิตใจ

การปรับตัวทางจิตใจ หมายถึง การปรับเปลี่ยนทางบุคลิกภาพและพฤติกรรมในกระบวนการปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม เช่น การปรับทัศนคติ ความเชื่อเป้าหมาย ความประพฤติกกรรมหรืออุปนิสัยเพื่อช่วยให้สามารถดำรงชีวิตในสังคมได้ดีขึ้น เป็นกระบวนการที่บุคคลต้องใช้เวลาทำงานของจิตใจ 2 ประการ คือ

2.1 การใช้กลไกการป้องกันตนเอง เป็นกลไกที่เกิดขึ้นโดยอัตโนมัติตามธรรมชาติ เกิดขึ้นโดยบุคคลไม่รู้ตัว ไม่อยู่ในความควบคุมทางจิตใจ เกิดขึ้นในระดับจิตไร้สำนึก เช่น พฤติกรรมถดถอย ผู้ใหญ่กลับอ่อนแอคล้ายเด็ก

2.2 การใช้การศึกษาเรียนรู้ฝึกฝนตนเอง เป็นกระบวนการที่ดำเนินการโดยใช้ความพยายาม และความตั้งใจในระดับจิตสำนึก เรียนรู้วิธีการปรับตัวหรือกลไกการป้องกันตนเอง และเลือกวิธีกลไกเหล่านั้นมาใช้ด้วยความตั้งใจ

3. การปรับตัวทางสังคม

เป็นการปรับตัวทางพฤติกรรมที่อยู่พื้นฐานกระบวนการทางบุคลิกและทางกาย เพื่อรักษาคุณภาพระหว่างความต้องการ ความเชื่อ ค่านิยมวัฒนธรรม ผลักดันให้บุคคลต้องปรับตัว

จากแนวคิดที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจะเห็นว่าการปรับตัวเป็นสิ่งที่บุคคลปรับเปลี่ยนสิ่งต่าง ๆ ทั้งภายในตนเองและสิ่งแวดล้อมภายนอก เพื่อให้สนองตอบความต้องการเบื้องต้นที่สำคัญ คือความต้องการทางร่างกาย ความต้องการทางจิตใจ และความต้องการทางสังคม องค์ประกอบที่มีส่วนช่วยให้คนเราสามารถปรับตัวได้ คือ

3.1 การรับรู้ต่อเหตุการณ์ ถ้าหากบุคคลรับรู้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้ถูกต้องตามความเป็นจริง การแก้ปัญหาจะกระทำได้ตรงจุด แต่ถ้าการรับรู้เหตุการณ์ผิดทำให้เข้าใจปัญหาผิดไป การแก้ไขก็ย่อมไม่ประสบความสำเร็จ

3.2 การได้รับความช่วยเหลือสนับสนุน เมื่อเกิดขึ้นถ้าบุคคลมีแหล่งประโยชน์ ไม่ว่าจะ เป็นบุคคลหรือสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ช่วยสนับสนุนในการแก้ไขปัญหา ทำให้ปรับตัวได้ดี

3.3 การใช้กลไกการปรับตัวเป็นการที่บุคคลเรียนรู้วิธีการปรับตัว เมื่อเผชิญปัญหาจากประสบการณ์ในชีวิตประจำวันและมีการสะสมประสบการณ์ ทำให้สามารถแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อนได้ดีขึ้นเมื่อมีประสบการณ์มากขึ้น

ทักษะที่จำเป็นต่อการปรับตัวในการทำงาน

ปฏิเสธไม่ได้ว่าสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิดสิบเก้าที่เกิดขึ้นไปทั่วโลก ไม่เพียงแต่ทำให้พฤติกรรมและวิถีชีวิตประจำวันของคนเปลี่ยนไป แต่อย่างยิ่งทำให้รูปแบบการทำงาน และการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ เปลี่ยนไปจากเดิมจนเกิดเป็น New normal หรือวิถีปกติใหม่ เมื่อประกอบกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เข้ามาอำนวยความสะดวก จนสามารถจะทดแทนงานบางอย่างได้อย่างสมบูรณ์ ก็ยิ่งจะเป็นตัวเร่งให้ตลาดแรงงานเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพราะทักษะการทำงานเดิม ๆ ที่มีอยู่ อาจไม่เพียงพอสำหรับการทำงานในโลกปัจจุบันอีกต่อไป และทำให้คนทำงานยุคใหม่ต้องมีการเร่งปรับตัวพัฒนาทักษะ (Up Skill) ทั้งการพัฒนาความรู้ในทักษะเดิม (Re-skill) เสริมทักษะความรู้ใหม่ ๆ (New skill) เพื่อก้าวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและรองรับงานหรือหน้าที่ใหม่ที่ต่างจากเดิมให้ได้ เพราะมีฉะนั้นนั้นอาจจะกลายเป็นคนตกยุคและตกงานในที่สุด และสาเหตุที่ทำให้คนทำงานต้องเพิ่มทักษะการทำงานมี 2 ปัจจัยดังนี้

1. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้ความต้องการแรงงานในภาคธุรกิจเปลี่ยนไป ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีถือเป็นส่วนหนึ่งในเมกะเทรนด์ ที่เข้ามาช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตของธุรกิจ ให้เพิ่มขึ้นและพึ่งพาแรงงานลดลง อาทิเช่น AI (ปัญญาประดิษฐ์) Robot (หุ่นยนต์) ระบบ Automation (เครื่องจักรอัตโนมัติ) และ Big data (ข้อมูลจำนวนมาก) ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคมีความคาดหวังต่อสินค้าและบริการในระดับที่สูงขึ้น จึงทำให้ภาคธุรกิจจำเป็นต้องมีการนำเทคโนโลยี ขณะเดียวกัน การที่เทคโนโลยีต่าง ๆ ถูกพัฒนาจนมีต้นทุนต่ำลง ทำให้ผู้ประกอบการ SME บางส่วนก็เริ่มหันมาปรับใช้มากขึ้นเช่นเดียวกัน ส่งผลให้ธุรกิจมีความต้องการบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญรองรับเทคโนโลยี ที่จะนำมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้าส่งผลให้ประเทศต่าง ๆ มีมาตรการ Lockdown และมาตรการ Social distancing ส่งเสริมให้ประชาชนอยู่ในที่พักอาศัย ทำงานจากที่บ้าน งดการเดินทางออกจากบ้านโดยไม่จำเป็น หรือปิดธุรกิจบางประเภท ส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจชะลอตัว หดลงหรือปรับรูปแบบธุรกิจใหม่ และคาดว่าในภายหลังกการระบาดยุติลง การดำเนินงานธุรกิจต่าง ๆ อาจจะไม่กลับมาเป็นรูปแบบเดิม จากพฤติกรรมประชาชนที่เริ่มคุ้นชินกับเทคโนโลยี เช่น การจับจ่ายสินค้าบนโลกออนไลน์ การประชุมผ่านวิดีโอคอล รวมถึงภาคธุรกิจที่จะปรับรูปแบบนำเทคโนโลยีมาใช้

การปรับตัวในยุคดิจิทัล

1. ทักษะการแก้ไขปัญหา (Complex problem solving) เราต้องเปลี่ยนวิธีคิดจากการคิดมาก เครียดว่าปัญหานั้นยาก เปลี่ยนเป็น “การเริ่มลงมือแก้ปัญหา” แทนการคิดวิเคราะห์ในกรแก้ปัญหาที่ไม่เคยเจอมาก่อนในสถานการณ์ที่คับขัน การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและสามารถจัดการปัญหาให้ดีขึ้น มีการคิดหาวิธีรับมือและป้องกันปัญหาที่มีโอกาสเกิดขึ้นในอนาคต

2. การคิดวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ (Strategic thinking) ในการทำงานนั้น เราจำเป็นต้องมีการวางแผนและคิดกลยุทธ์กันเป็นประจำ ซึ่งเป็นศิลปะในการวางแผน โดยเกิดจากการคิดอย่างเป็นเหตุผล เชิงตรรกะและวางแผนอย่างรอบคอบ มีลักษณะเป็นขั้นเป็นตอน มีความยืดหยุ่นและสามารถพลิกแพลงได้ตามสถานการณ์จนสามารถบรรลุเป้าหมายได้ มีทักษะการวิเคราะห์วางแผนอย่างเป็นขั้นเป็นตอนและสามารถบรรลุเป้าหมายได้ การคิดวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ที่ชัดเจน สามารถตรวจสอบ ทำการวัดผลได้ การคิดแบบเหตุผลเชิงตรรกะและเชิงกลยุทธ์ในการพิจารณาสถานการณ์ต่าง ๆ

3. ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ความคิดสร้างสรรค์คือ การที่เรานำความรู้ร่วมกับประสบการณ์ที่เรา มี สร้างเป็นความคิดใหม่ ๆ จากการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ฝึกที่จะคิดนอกกรอบ เปิดใจที่จะรับกล้าที่จะลองทำ และที่สำคัญเราต้องเรียนรู้ที่จะตั้งคำถามเสมอ กับทุก ๆ สถานการณ์ จะทำให้เราได้เปิดมุมมองใหม่ ๆ มากยิ่งขึ้น การคิดนอกกรอบแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่นและพาตัวเองไปยังสถานการณ์ใหม่ ๆ

4. ความเป็นผู้นำและการบริหารจัดการคน (Leadership & people management) ทักษะที่จะทำให้เติบโตได้ในอนาคต นั่นก็คือทักษะความเป็นผู้นำของทีมและช่วยนำพาทีมไปได้อย่างทิศทาง ต้องมีความสามารถในการบริหารคนให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และสร้างความไว้วางใจ จากคนในทีมกระตุ้นให้ทีมทำงานได้มีประสิทธิภาพ และดึงความสามารถของทีมออกมาได้ การบริหารงานมอบหมายได้ถูกต้องตามความสามารถแต่ละคน เป็นผู้นำที่ดี กล้าคิด กล้าลงมือทำ รับผิดชอบและเป็นที่ยอมรับได้

5. ทำงานกับคนต่างวัฒนธรรมและต่างวัย (Cross cultural & generational) การทำงานในปัจจุบัน เราต้องทำงานประสานงานกับหลากหลายองค์กร ต่างวัฒนธรรม ต่างวัย ต่างแนวคิด ดังนั้นทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่นต้องมีความยืดหยุ่นในการปรับตัวตามสภาพแวดล้อมนั้นสำคัญเป็นอย่างมาก ที่จะทำให้เราทำงานได้ดีและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างราบรื่น ต้องมีทักษะการเจรจาต่อรองกำหนดเงื่อนไขในการทำงาน รู้และเข้าใจถึงจุดแข็งจุดอ่อน และทำงานร่วมกับผู้อื่น ยืดหยุ่นในการทำงานร่วมกับผู้อื่นและปรับตัวได้รวดเร็ว

6. ความฉลาดทางด้านอารมณ์ (Emotional intelligence) ในการทำงานนั้น เราจะต้องเจอกับความรู้สึกที่หลากหลายอารมณ์ในแต่ละวัน และแน่นอนว่าคนที่สามารถบริหารจัดการอารมณ์ตัวเองนั้นจะทำให้มีสุขภาพจิตที่ดี มองโลกในแง่ดี มีความมุ่งมั่นแน่วแน่ มีเหตุผล มีสติ มีความสามารถในการรับรู้ถึงความต้องการของคนอื่น สามารถเข้าใจ เห็นใจ เอาใจใส่ผู้อื่น สามารถควบคุมจัดการอารมณ์ตนเองและผู้อื่นได้ดี สามารถแยกแยะระหว่างความคิดกับความรูสึก

7. ทักษะการเรียนรู้ (Learning skill) ทักษะการเรียนรู้คือสิ่งที่เราต้องพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ และการเรียนรู้ที่เราสามารถเรียนรู้ได้จากทุกสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เปิดใจยอมรับความ

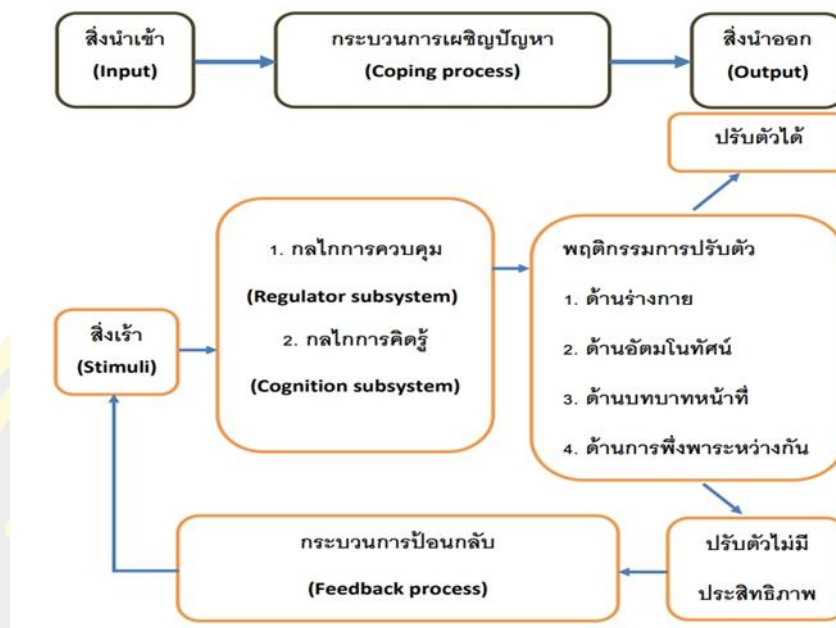
คิดเห็นจากผู้อื่น เรียนรู้จากผู้อื่น หรือหาแหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา สามารถเรียนรู้ได้จากทุกสถานการณ์ที่ต้องเจอ

8. การเล่าเรื่องและการสื่อสาร (Storytelling) มีทักษะการเล่าเรื่องและการสื่อสารที่ดี จะเป็นอีกทักษะที่สำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากในการทำการตลาดทุกวันนี้เต็มไปด้วยข้อมูลข่าวสารจำนวนมาก แต่คนที่สามารถเล่าเรื่องข้อมูลเหล่านั้นให้เข้าใจได้ง่ายและน่าสนใจ ก็จะได้เปรียบในการนำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจ ตรงต่อความต้องการ และเชื่อมโยงกับผู้ฟังได้ดี สามารถสื่อสารและถ่ายทอดได้ดีเข้าใจได้ง่าย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวในการทำงาน

ทฤษฎีการปรับตัว

แนวคิดทฤษฎีการปรับตัวของรอย (Roy's adaptation model) กล่าวถึงการปรับตัวและการให้ความช่วยเหลือบุคคลที่มีปัญหาในการปรับตัวเมื่อมีเหตุการณ์หรือการเปลี่ยนแปลงเข้ามาในชีวิต โดยการปรับตัวเป็นกระบวนการและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่บุคคลมีความคิดและมีความรู้สึกรู้สีกจากการใช้ความตระหนักรู้ทางปัญญา และการสร้างสรรค์ในการบูรณาการระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อมให้กลมกลืน รอยได้ใช้แนวคิดจากทฤษฎีระบบมาอธิบายระบบการปรับตัวของบุคคลว่าบุคคลเป็นเหมือนระบบการปรับตัว มีความเป็นองค์รวม (Holistic adaptive system) และเป็นระบบเปิดประกอบด้วย สิ่งนำเข้า (Input) กระบวนการเผชิญปัญหา (Coping process) สิ่งนำออก (Output) และกระบวนการป้อนกลับ (Feedback process) แต่ละส่วนนี้จะทำงานสัมพันธ์กันเป็นหนึ่งเดียว โดยเมื่อสิ่งเร้าที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมทั้งภายนอกและภายใน ผ่านเข้าสู่ระบบการปรับตัวจะกระตุ้นให้บุคคลมีการปรับตัวตอบสนองต่อสิ่งเร้านั้น โดยใช้กระบวนการเผชิญปัญหา 2 กลไก คือกลไกการควบคุมและกลไกการคิดรู้ กลไกทั้งสองนี้จะทำงานควบคู่กันเสมอ ส่งผลให้บุคคลแสดงพฤติกรรมปรับตัวออกมา 4 ด้าน คือ ด้านร่างกาย ด้านอัตมโนทัศน์ ด้านบทบาทหน้าที่ และด้านการพึ่งพาระหว่างกัน ผลลัพธ์การปรับตัวมี 2 ลักษณะ คือปรับตัวได้และปรับตัวไม่มีประสิทธิภาพ โดยสิ่งนำออกจากระบบนี้ จะป้อนกลับไปเป็นสิ่งนำเข้าระบบเพื่อการปรับตัวที่เหมาะสมต่อไป ทั้งนี้ความสามารถในการปรับตัวของแต่ละบุคคล จะแตกต่างกันโดยขึ้นอยู่กับความรุนแรงของสิ่งเร้า และระดับความสามารถในการปรับตัวของบุคคลในขณะนั้น โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2 แนวคิดทฤษฎีการปรับตัวของรอย (Roy's adaptation model)
ที่มา: ดัดแปลงจาก The Roy's adaptation model (1999)

สิ่งนำเข้า (Input) เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดสิ่งนำเข้าสู่ระบบการปรับตัวของบุคคล เรียกว่าสิ่งเร้า (Stimuli) ซึ่งมาจากสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก ตัวบุคคล การเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมจะกระตุ้นให้บุคคลเกิดปฏิกิริยาการปรับตัวตอบสนอง โดยสิ่งเร้าแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. สิ่งเร้าตรง (Focal stimuli) เป็นสิ่งที่บุคคลต้องเผชิญและให้ความสนใจในขณะนั้นมากที่สุด ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและส่งผลกระทบต่อโดยตรงทำให้บุคคลต้องมีการปรับตัว
2. สิ่งเร้าร่วม (Contextual stimuli) เป็นสิ่งเร้าอื่น ๆ ที่ปรากฏอยู่ในเหตุการณ์ หรือสิ่งแวดล้อมที่บุคคลกำลังเผชิญอยู่ โดยอาจจะส่งผลเป็นตัวเสริมผลของสิ่งเร้าตรงโดยอาจมีผลในทางบวกหรือทางลบต่อการปรับตัว
3. สิ่งเร้าแฝง (Residual stimuli) เป็นสิ่งเร้าที่เป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต เป็นลักษณะเฉพาะตัวของบุคคล และเป็นปัจจัยที่อาจจะมามีอิทธิพลต่อการปรับตัวในเหตุการณ์ที่บุคคลประสบอยู่แต่ไม่ชัดเจน

กระบวนการเผชิญปัญหา (Coping process) เป็นกระบวนการควบคุมระบบการปรับตัวของบุคคล ซึ่งเป็นวิธีการที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์ต่อสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีทั้งวิธีการที่เกิดขึ้น

โดยอัตโนมัติหรือวิธีการที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ รอยได้จัดหมวดหมู่ของกระบวนการเผชิญปัญหาเป็นระบบย่อย 2 กลไก คือ

1. กลไกการควบคุม (Regulator subsystem) เป็นกระบวนการตอบสนองต่อสิ่งเร้าโดยอัตโนมัติซึ่งบุคคลไม่รู้สึกรู้ตัว เกิดจากการทำงานร่วมกันของระบบประสาทสสารเคมีและระบบต่อมไร้ท่อ โดยสิ่งเร้าจากสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เป็นสิ่งนำเข้าสู่ระบบประสาทมีผลต่อสมดุลของน้ำ อิเล็กโตรไลต์และกรดต่าง และระบบต่อมไร้ท่อ กลไกการควบคุมนี้ทำงานเพื่อควบคุมระบบต่างๆ ภายในร่างกาย ให้อยู่ในภาวะปกติ

2. กลไกการคิดรู้ (Cognition subsystem) เป็นกระบวนการตอบสนองต่อสิ่งเร้าโดยผ่านทางระบบประสาทแห่งการรับรู้และการแสดงอารมณ์ 4 กระบวนการ คือ กระบวนการรับรู้และถ่ายทอดข้อมูล การเรียนรู้ การตัดสินใจและการตอบสนองทางอารมณ์ โดยบุคคลจะเลือกประมวลและจำในสิ่งที่ตนเองสนใจ การเรียนรู้จะทำให้เกิดการเลียนแบบ การเสริมแรง และการหยั่งรู้ เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจหาวิธีแก้ไขปัญหา โดยที่การตอบสนองทางอารมณ์เป็นกลไกการป้องกันที่ใช้เพื่อบุคคลเกิดความสบายใจและคลายความกังวล และอารมณ์เป็นผลที่ได้มาจากการประเมินค่าทางอารมณ์และความผูกพันของบุคคล กลไกการควบคุมและกลไกการคิดรู้จะทำงานควบคู่กันเสมอ เพื่อดำรงบุรณภาพของบุคคลในการปรับตัว ผลจากการทำงาน 2 กลไกแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมกรรมการปรับตัว 4 ด้าน คือ

1. ด้านร่างกาย
2. ด้านอัตมโนทัศน์
3. ด้านบทบาทหน้าที่
4. ด้านการพึ่งพาระหว่างกัน

โดยพฤติกรรมกรรมการปรับตัวทั้ง 4 ด้านนี้จะสะท้อนให้เห็นถึงระดับการปรับตัวของบุคคลซึ่งแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม และยังสะท้อนให้เห็นถึงการใช้กระบวนการเผชิญปัญหาในแบบแผนพฤติกรรมทั้ง 4 ด้าน ตลอดจนเกิดความสำเร็จหรือประสิทธิภาพของการตอบสนอง โดยสังเกตได้จากพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกมาให้ปรากฏ โดยมีรายละเอียดพฤติกรรมกรรมการปรับตัวแต่ละด้าน ดังนี้

1. การปรับตัวด้านร่างกาย (Physiological mode) เป็นการปรับตัวเพื่อรักษาความมั่นคงของร่างกาย ซึ่งหมายถึงความสำเร็จในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในความต้องการด้านสรีระ ค่อนข้างจะมีความเป็นรูปธรรมสูง มีพฤติกรรมที่เห็นได้ชัดเจนเข้าใจง่ายพฤติกรรม การปรับตัวด้านนี้จะสนองต่อความต้องการพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ 5 ด้าน คือ ความต้องการออกซิเจน ภาวะโภชนาการ การขับถ่าย กิจกรรมและการพักผ่อน การป้องกันและกระบวนการที่ซับซ้อน 4

ประการ คือ การรับความรู้สึก อิเลคโตรไลต์ การทำหน้าที่ของระบบประสาทและการทำหน้าที่ของระบบต่อมไร้ท่อ

2. การปรับตัวด้านอัตมโนทัศน์ (Self- concept mode) เป็นการปรับตัวเพื่อความมั่นคงทางจิตใจและจิตวิญญาณ อัตมโนทัศน์เป็นความเชื่อและความรู้สึกที่บุคคลมีต่อตนเองในช่วงเวลาหนึ่ง เกิดจากการรับรู้ภายในตนเองและการรับรู้จากปฏิกิริยาของบุคคลอื่นที่มีต่อตนเอง อัตมโนทัศน์มีผลสะท้อนต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของแต่ละบุคคล

สิ่งนำออก (Output) สิ่งนำออกจากระบบการปรับตัวของบุคคล คือปฏิกิริยาตอบสนอง ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่สามารถสังเกตตรวจสอบหรือบอกได้ โดยอาจเป็นพฤติกรรมการปรับตัวได้ (Adaptive behavior) หรือพฤติกรรมการปรับตัวที่ไม่มีประสิทธิภาพ (Ineffective behavior) พฤติกรรมการปรับตัวที่ดีจะช่วยส่งเสริมความมั่นคงของบุคคลให้สามารถบรรลุเป้าหมาย การเจริญเติบโตการมีชีวิตอยู่รอด สามารถสืบทอดเผ่าพันธุ์และเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ ได้ และพฤติกรรมที่ไม่ส่งเสริมให้บุคคลบรรลุเป้าหมายดังกล่าวจะเป็นพฤติกรรมการปรับตัวที่ไม่มีประสิทธิภาพ สิ่งนำออกจากระบบจะป้อนกลับ (Feedback process) ไปเป็นสิ่งนำเข้าระบบ เพื่อการปรับตัวที่เหมาะสมต่อไป จากทฤษฎีเกี่ยวกับการปรับตัวที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า เมื่อความต้องการของบุคคลไม่สามารถตอบสนองได้ทั้งหมด บุคคลจึงต้องเผชิญปัญหาและเกิดความไม่สบายใจ จนกลายเป็นความเครียด ความกังวลใจ ความคับข้องใจ ความขัดแย้งในใจ จึงเป็นสาเหตุให้บุคคลนั้นต้องอาศัยการปรับตัว เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นในการดำเนินชีวิต โดยลักษณะการปรับตัวของแต่ละบุคคลจะขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพสภาพแวดล้อมหรือสถานการณ์ที่บุคคล นั้นกำลังเผชิญอยู่ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้บุคคลเกิดการปรับปรุงพฤติกรรมของตนที่เรียกว่าการปรับตัว โดยมีจุดประสงค์ว่าบุคคลต้องการอยู่ในสภาวะสมดุลระหว่างตนเองกับสิ่งแวดล้อมหรือปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

ทฤษฎีการปรับตัวในการทำงาน

ทฤษฎีของการปรับตัวในการทำงาน ประกอบด้วย 2 ประการ คือ

1. การปรับตัวให้เข้ากับความต้องการขององค์กร คือ การปรับตัวในการทำงานโดยพิจารณาจากความรู้ความสามารถทักษะในการทำงานและบุคลิกภาพ ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการขององค์กร

2. การปรับตัวให้เข้ากับความต้องการส่วนบุคคล หมายถึง ความสามารถของบุคคลที่จะปฏิบัติงานอย่างมีความหวังและมีความใส่ใจในความสำเร็จของงาน และมีโอกาสได้ใช้ความเป็นตัวเองตัวเองเข้าไปเสริมการทำงาน ต้องการที่จะได้รับความพอใจเพียงตามความจำเป็นทางด้านสรีระ มีความมั่นคงปลอดภัย และการที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม มีเกียรติและศักดิ์ศรี การมีความเข้าใจและรู้จักตนเอง ซึ่งเมื่อบุคคลสามารถปรับตัวในการทำงานได้ ก็จะส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน และผู้

ที่สามารถคุ้นเคยกับลักษณะงานจนทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน เป็นเกณฑ์ที่สำคัญที่ชี้ได้ว่า ผู้ใดสามารถปรับตัวในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด ผู้ที่ประสบปัญหาการปรับตัวส่วนใหญ่มักเป็นผู้ที่ขาดความพึงพอใจในงานที่ทำ และมักแสดงความคิดเห็นว่างานที่ทำนั้นไม่เหมาะสมกับตน ตนเองไม่มีความสามารถพอที่จะปฏิบัติงานได้ หรือยังไม่สามารถตัดสินใจได้ว่าตนเองจะยึดอาชีพใดเป็นหลักในการดำรงชีวิตต่อไป หรือตนเองมีความเหมาะสมกับอาชีพใด

การปรับตัวต่อการปฏิบัติงานเป็นการปรับตัวอีกด้านหนึ่งซึ่งมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ทั้งนี้เพราะการทำงานเป็นกิจกรรมหลัก ซึ่งมนุษย์ทุกคนต้องเกี่ยวข้องการทำงานเป็นที่มาของรายได้ ซึ่งจะช่วยให้มนุษย์สามารถดำรงชีวิตได้ในสังคมปัจจุบันร้อยละ 60 ของการดำรงชีวิตมนุษย์ส่วนใหญ่จะถูกไปใช้ในการทำงาน ผู้ที่สามารถปรับตัวในการทำงานได้ดีย่อมสามารถปรับตัวได้ดีในด้านอื่น ๆ ด้วย เช่น ในชีวิตครอบครัวการเข้าสังคมกับบุคคลกลุ่มต่าง ๆ เนื่องจากสุขภาพจิตที่ดี ย่อมช่วยให้บุคคลสามารถเผชิญปัญหาและแก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี ส่วนกฎระเบียบหรือสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ในการทำงาน หรือแม้แต่สังคมในที่ทำงานที่ไม่ดีนั้น ย่อมจะเกิดความตึงเครียด ความวิตกกังวล ความคับข้องใจ ซึ่งมีผลเสียต่อสุขภาพจิตและสุขภาพกายของบุคคลต่อไปได้

ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงบทบาทในการทำงาน (Theory of work role transition)

ปรับตัวเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นต่อพัฒนาการทางอาชีพอย่างยิ่งด้วยเหตุว่าคุณต้องเผชิญกับสภาพการณ์ใหม่ ๆ ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดความกลัวความไม่มั่นใจและความท้อถอยได้สูง ดังนั้นความสามารถในการปรับตัวจะมีส่วนช่วยให้พัฒนาการทางอาชีพของคุณก้าวไปข้างหน้าอย่างราบรื่น การปรับตัวในอาชีพจะเริ่มจากการปรับตัวเข้ากับองค์กร การปรับตัวเข้ากับบุคคล การปรับตัวต่อการทำงานตามตารางเวลา การปรับตัวต่อบทบาทใหม่ที่ได้รับการคาดหวัง ไปจนถึงการปรับตัวต่อเกณฑ์ทางอาชีพ และการปรับตัวเป็นผลสืบเนื่องจากการที่บุคคลได้เผชิญกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงบทบาทในการทำงาน เช่น มีการโยกย้ายงาน อาจเป็นการย้ายภายในหรือระหว่างหน่วยงาน การเปลี่ยนแปลงตำแหน่งหน้าที่การทำงานหรือสภาพการทำงาน การปรับตัวเริ่มต้นเมื่อบุคคลได้ผ่านพ้นระยะเผชิญหน้า และเริ่มมีภาพที่ชัดเจนเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมใหม่ในการทำงาน ได้แก่บทบาทในการทำงาน ผู้คนที่ติดต่อสัมพันธ์ด้วยและวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว จะแสดงพฤติกรรมที่เป็นการเปลี่ยนแปลงไปใน 2 ลักษณะ คือ การพัฒนาในตัวบุคคลหมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดกับบุคคลพยายามปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์ของตนเอง อันประกอบด้วยบุคลิกภาพ ค่านิยมทัศนคติและแผนการเกี่ยวกับอาชีพ ให้สอดคล้องกับลักษณะงานใหม่ขององค์กรใหม่ ทำให้บุคคลมีเอกลักษณ์ต่างไปจากเดิม มีกรอบสำหรับการดำเนินชีวิตใหม่ซึ่งจะทำให้บุคคลพัฒนาขึ้น กลุ่มบุคคลที่มีการพัฒนาสูงพบว่าอยู่ในกลุ่มผู้เข้างานใหม่ที่เพิ่งจบการศึกษา เนื่องจากเป็นช่วงวัยที่กำลังเรียนรู้โลกการทำงานและกำลังแสวงหาหรือกำลังพัฒนาเอกลักษณ์ของตัวเอง สำหรับการพัฒนา

บทบาทเป็นกระบวนการที่บุคคลได้กำลังทำการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม ซึ่งก็คือข้อกำหนดของบทบาทอันประกอบด้วยจุดมุ่งหมายในการทำงาน วิธีการทำงาน เครื่องมือในการทำงานและรูปแบบปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในที่ทำงาน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับความต้องการและทักษะความสามารถ รวมถึงเอกลักษณ์ส่วนตัวของบุคคลนั้น และการเปลี่ยนแปลงนี้นำมาซึ่งบทบาทใหม่ในการทำงาน

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ความหมายของพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ประเวศน์ มหารัตน์สกุล (2555) กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นหน้าที่ที่สำคัญของการบริหารจัดการองค์กร การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นการลงทุน ด้านบุคลากร (Human capital) เป็นองค์ความรู้ที่พัฒนาคู่ขนานไปพร้อมกันทั้งองค์กรและบุคลากรโดยผ่านกระบวนการศึกษาในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งจะมีความหมายครอบคลุมการให้การศึกษาเรียนรู้ งาน การฝึกอบรม ให้ปฏิบัติงานได้ และการพัฒนาสายงานอาชีพ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อปรับปรุงความสามารถในการทำงานของพนักงานทั้งในฐานะปัจเจกบุคคลและกลุ่ม เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรมีประสิทธิภาพ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นเรื่องของการปรับปรุงความสามารถอย่างต่อเนื่อง ของบุคลากรและองค์กร

สรุปได้ว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นกิจกรรมที่ดำเนินการเพื่อให้พนักงานได้รับประสบการณ์และการเรียนรู้เพื่อพัฒนาด้านความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และความสามารถ (Abilities) รวมถึงนโยบายโครงสร้างและการจัดการ เพื่อปรับปรุงความสามารถและส่งเสริมความก้าวหน้าของพนักงาน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จะต้องการบูรณาการของการพัฒนาบุคคล (Individual development) การพัฒนาองค์กร (Organization development) และการพัฒนาอาชีพ (Career development) เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเสริมสร้างขีดความสามารถ อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว

ความแตกต่างระหว่างการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์กับการฝึกอบรม

นักวิชาการได้อธิบายความแตกต่างของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ กับการฝึกอบรม ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. จุดเน้น (Focus) คือ การพัฒนาเป็นการเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดและสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับงาน ส่วนการฝึกอบรมเป็นการเรียนรู้พฤติกรรมและการปฏิบัติที่

เฉพาะเจาะจงในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น เทคนิคการทำงาน ขั้นตอนการปฏิบัติงาน เป็นต้น

2. กรอบเวลา (Time frame) คือ กรอบเวลาของการพัฒนาจะมีระยะเวลายาวนานกว่า

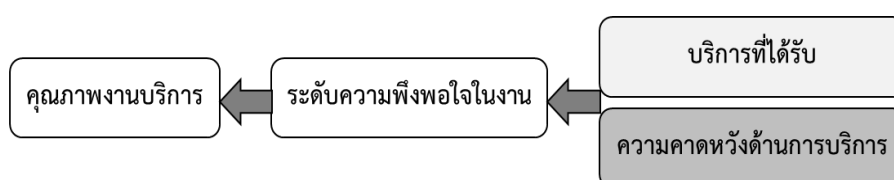
3. การมีส่วนร่วมของบุคลากร (Participation) คือ การมีส่วนร่วมของบุคลากรในกิจกรรม โดยการพัฒนาบุคลากรจะมีความสมัครใจเข้าร่วมมากกว่าการฝึกอบรม เพราะการฝึกอบรมมักถูกจัดขึ้นตามความต้องการขององค์กรมากกว่าความต้องการของบุคคล ทำให้การมีส่วนร่วมน้อยกว่า

4. การวัดประสิทธิผล (Effectiveness measures) คือ การวัดประสิทธิผลของการเรียนรู้และกิจกรรม การวัดประสิทธิผลของการพัฒนากระทำโดยพิจารณาจากจำนวนบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสม พร้อมจะได้รับการเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น ส่วนการวัดประสิทธิผลของการฝึกอบรม ทำได้โดยการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม และประโยชน์ที่ได้รับจากการฝึกอบรม

การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

ธนภณ นิธิเชาวกุล (2562) ได้เขียนในเอกสารประกอบการเรียนการสอนของคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา เรื่องคุณภาพงานบริการว่า คุณภาพงานบริการเป็นสิ่งสำคัญหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจงานบริการ เมื่อลูกค้าเปรียบเทียบเพื่อตัดสินใจซื้อเทียบกับคู่แข่งอื่น ๆ โดยตัวเปรียบเทียบหรือตัวชี้วัดสำหรับคุณภาพงานบริการ คือ ระดับความพึงพอใจของลูกค้า อันเป็นผลการเปรียบเทียบระหว่างบริการที่ลูกค้าได้รับและความคาดหวังในการรับบริการ หากธุรกิจมีคุณภาพของงานบริการที่จะรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งอื่น ๆ ได้จากการเสนอคุณภาพงานบริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ และการนำเสนองานบริการเหนือความคาดหวังของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการ



ภาพที่ 3 คุณภาพของงานบริการ

ที่มา: ธนภณ นิธิเชาวกุล (2562)

ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณภาพงานบริการที่ลูกค้าต้องการ หรือเรียกได้ว่าความคาดหวังด้านการบริการ เกิดจากประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับบริการที่ลูกค้าต้องการในอดีต หรือเกิดจากการประชาสัมพันธ์ การโฆษณาของธุรกิจบริการ เป็นระดับความคาดหวังที่ลูกค้าต้องการจะได้รับ ซึ่งลูกค้าจะพอใจถ้าได้รับในสิ่งที่ต้องการ ดังนั้นคุณภาพงานบริการซึ่งการบริการที่ประสบความสำเร็จต้องประกอบด้วย

1. ความเชื่อถือได้ หมายถึง ความสม่ำเสมอ ความพึงพอใจได้จากงานบริการที่ลูกค้าคาดหวัง ถึงแม้ว่าจะมีการบริการที่ดี แต่หากความสม่ำเสมอในการบริการลูกค้าไม่มีความต่อเนื่อง จะทำให้ระดับความพึงพอใจของลูกค้าลดลง การจัดการบริการอย่างต่อเนื่องและตอบรับกับลูกค้าจะทำให้ลูกค้ามีประสบการณ์ในทางบวกต่อธุรกิจ

2. ความเต็มใจที่จะให้บริการ หรือความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลาของผู้ให้บริการ หรือผู้ประกอบการธุรกิจบริการ เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อถือได้ ทำให้เกิดความสม่ำเสมอในการให้บริการลูกค้า หรือการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องต่อลูกค้าเป็นอย่างดี

3. ความสามารถหรือศักยภาพในการให้บริการประกอบด้วย ความสามารถในการให้บริการ ความสามารถในการสื่อสาร รวมถึงความสามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ เช่น การจัดบุคลากรจำนวนมากขึ้นของภัตตาคารเพื่อบริการลูกค้าที่มีความคาดหวังจะได้รับบริการเป็นอย่างดีเมื่อเปรียบเทียบกับกิจการเดียวกัน พร้อมทั้งกำหนดให้พนักงานต้องผ่านการเรียนรู้และประสบการณ์ที่จะให้บริการลูกค้าเป็นอย่างดี หรือการที่มีจำนวนพนักงานบริการภายในโรงพยาบาลรัฐจำกัด ทำให้ลูกค้าของโรงพยาบาลรัฐโดยทั่วไปไม่ได้มีความคาดหวังด้านคุณภาพงานบริการ แต่เนื่องด้วยลูกค้านำข้อมูลไปประกอบกับปัจจัยด้านราคาหรือปัจจัยด้านอื่น ๆ เป็นส่วนช่วยในการตัดสินใจใช้บริการ เปรียบเทียบกับโรงพยาบาลอื่น ๆ

4. การเข้าถึงบริการ หมายถึง ลูกค้าสามารถเข้ารับบริการได้สะดวก ดังนั้นจึงต้องมีการจัดการบริการที่ทั่วถึง หรือมีสถานที่เหมาะสมกับการเข้าใช้บริการของลูกค้า เช่น การมีสาขาของภัตตาคารหลายแห่ง โดยมีมาตรฐานหรือข้อปฏิบัติในการให้บริการเหมือนกัน และกำหนดให้แต่ละสาขามีความสามารถหรือศักยภาพที่จะบริการตามจำนวนลูกค้าที่เหมาะสม นอกจากนี้ ในการบริการโดยทั่วไปไม่ควรกำหนดระเบียบขั้นตอนมากมายซับซ้อนเกินไป ลูกค้าต้องใช้เวลารอคอยน้อย เวลาที่ให้บริการต้องเป็นเวลาที่สะดวกสำหรับผู้ให้บริการ และอยู่ในสถานที่ที่ลูกค้าติดต่อได้สะดวก

5. ความสุภาพอ่อนโยน ประกอบด้วย ผู้ให้บริการต้องการแสดงความสุภาพต่อลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามีประสบการณ์ที่ดี และได้รับการเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ด้วยการต้อนรับลูกค้าที่เหมาะสม ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพและการแต่งตัวที่ดี ทำให้ลูกค้ารู้สึกมีเกียรติและเป็นคนสำคัญ

6. การรับรู้ของลูกค้า หรือมีการสื่อสารเพื่อให้ลูกค้าเข้าใจถึงบริการพื้นฐานที่จะได้รับ หากเข้ามาใช้บริการมีส่วนอย่างยิ่งในการกำหนดระดับความคาดหวังด้านบริการของลูกค้า โดยอาจเกิดขึ้นจากประสบการณ์ของลูกค้าจากการที่ลูกค้าเคยใช้บริการในอดีต การใช้บริการของบริษัทคู่แข่งหรือบริการที่เทียบเคียงกัน เช่น จากประสบการณ์ของลูกค้าที่มีความเชื่อว่า หากเข้ารับบริการที่โรงพยาบาลเอกชนจะได้รับบริการที่รวดเร็วกว่าโรงพยาบาลรัฐบาล การที่ลูกค้าเข้าใช้บริการปั้มน้ำมันแล้วคาดหวังว่าจะต้องมีบริการตรวจสอบลมยาง เช็ดกระจกทุกครั้ง หากเติมลมที่ปั้มน้ำมันใดแล้วไม่มีบริการดังกล่าวจะทำให้ลูกค้าไม่พอใจในบริการที่ได้รับ ดังนั้นธุรกิจบริการต้องมีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการมีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าประมาณถึงความคาดหวังที่จะได้รับจากงานบริการที่เหมาะสม ส่วนบริการอื่น ๆ ซึ่งเป็นบริการเสริมหรือไม่ใช่บริการหลักของธุรกิจ จะเป็นส่วนช่วยให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ หรือได้รับบริการเกินความคาดหวัง ทำให้ลูกค้าประเมินถึงระดับคุณภาพของงานบริการดีขึ้น

7. ความซื่อสัตย์ในการให้บริการ รวมถึงความถูกต้องในการให้บริการ เพื่อคุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ หากเกิดเหตุที่ลูกค้ารับรู้ถึงความไม่ซื่อสัตย์ ไม่ปลอดภัยในการใช้บริการจะลดความน่าเชื่อถือลง เช่น ของหายในโรงแรม การทอนเงินผิดของภัตตาคาร ถึงแม้ว่าไม่ได้มาจากการทุจริตของพนักงาน แต่จะทำให้ลูกค้ามีประสบการณ์ไม่ดีต่อธุรกิจบริการ เกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ดีขององค์กรธุรกิจ หากลูกค้ามีการพูดสื่อสารกับลูกค้าคนอื่น ๆ จะทำให้กระทบต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรได้

8. ความมั่นคงปลอดภัย เป็นส่วนเพิ่มความน่าเชื่อถือในการให้บริการ เสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ได้แก่ ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์ ที่นำมาใช้ในงานบริการ ดังตัวอย่างร้านอาหาร ถึงแม้ว่าจะมีอาหารและบริการที่ดี แต่หากที่จอดรถไม่ปลอดภัย มีของหายหรือรถโดนทุบ จะทำให้ลูกค้าไม่ยอมเข้ามาใช้บริการ

9. การสร้างสิ่งจำเป็นที่จับต้องได้ ประกอบด้วย การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับให้บริการ การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ การจัดสถานที่ให้บริการสวยงามสะอาด การตกแต่งสถานที่เป็นการสร้างสิ่งแวดล้อมให้ลูกค้ารับรู้ถึงการเป็นบุคคลสำคัญ เกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ดี เช่น งานบริการของธนาคาร หากธนาคารทำการตกแต่งให้ดูเรียบร้อย มั่นคง พนักงานบริการแต่งตัวมีภูมิฐาน จะเพิ่มความรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร และด้วยลักษณะการตกแต่งสถานที่แต่ละสาขาของธนาคารใกล้เคียงกัน พนักงานแต่งชุดเหมือนกัน ทำให้ลูกค้ามีความรับรู้ทางอ้อมว่าธุรกิจธนาคารไม่ว่าสาขาใดก็ตามจะมีมาตรฐานเดียวกัน

สรุป การบริการนั้นมีเพื่อตอบสนองความประสงค์ในเรื่องต่าง ๆ ด้วยความสะดวกรวดเร็ว และถูกต้อง มีอัธยาศัย และสร้างความประทับใจแก่ผู้ได้รับการ บริการมีลักษณะที่แตกต่างจาก

สินค้า คือ ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ไม่แน่นอน ไม่สามารถเก็บไว้ได้ และไม่สามารถเป็นเจ้าของได้

ลักษณะทางกายภาพของงานบริการ

มีด้วยกัน 2 ลักษณะ ได้แก่ ลักษณะภายนอก และลักษณะที่จำเป็นซึ่งองค์ประกอบของการดำเนินธุรกิจซึ่งธุรกิจใด ๆ สามารถนำงานบริการมาประกอบการดำเนินธุรกิจในการขายสินค้า อันเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด หรือในกลุ่มที่ประกอบธุรกิจด้านการบริการเป็นหลัก เรียกว่า ธุรกิจบริการ อันเป็นหน่วยงานที่จัดตั้งเพื่อประกอบกิจกรรมทางการค้าและแสวงหากำไร

ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจบริการนั้น จึงประกอบด้วยผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ทั้งนี้ผู้ให้บริการจะเน้นคุณภาพของงานบริการมากกว่าปริมาณของงาน ดังนั้นคุณภาพงานบริการเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้ธุรกิจบริการประสบผลสำเร็จ ประกอบไปด้วยแนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพงานบริการ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์บริการ และช่องทางการจัดจำหน่ายของงานบริการ กฤษฎิกา คงสมพงษ์ (2561) กล่าวว่า การให้บริการอย่างมีคุณภาพนั้นเป็นสิ่งที่อยู่ในความต้องการของลูกค้า และความต้องการขององค์กรผู้ให้บริการ เพราะทั้งฝ่ายรับบริการและผู้ให้บริการต่างก็คาดหวังว่าจะทำให้งานบริการนั้นมีคุณภาพที่ดี ตรงกับความต้องการของลูกค้า และเป็นไปตามนโยบายขององค์กร แต่งานบริการที่มีคุณภาพจะเกิดขึ้นได้จะต้องผ่านกระบวนการต่าง ๆ มากมาย ซึ่งองค์กรผู้ให้บริการจำเป็นต้องพัฒนารอบด้าน เพื่อให้รูปแบบการทำงานมีองค์ประกอบของคุณภาพด้านบริการในสายตาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

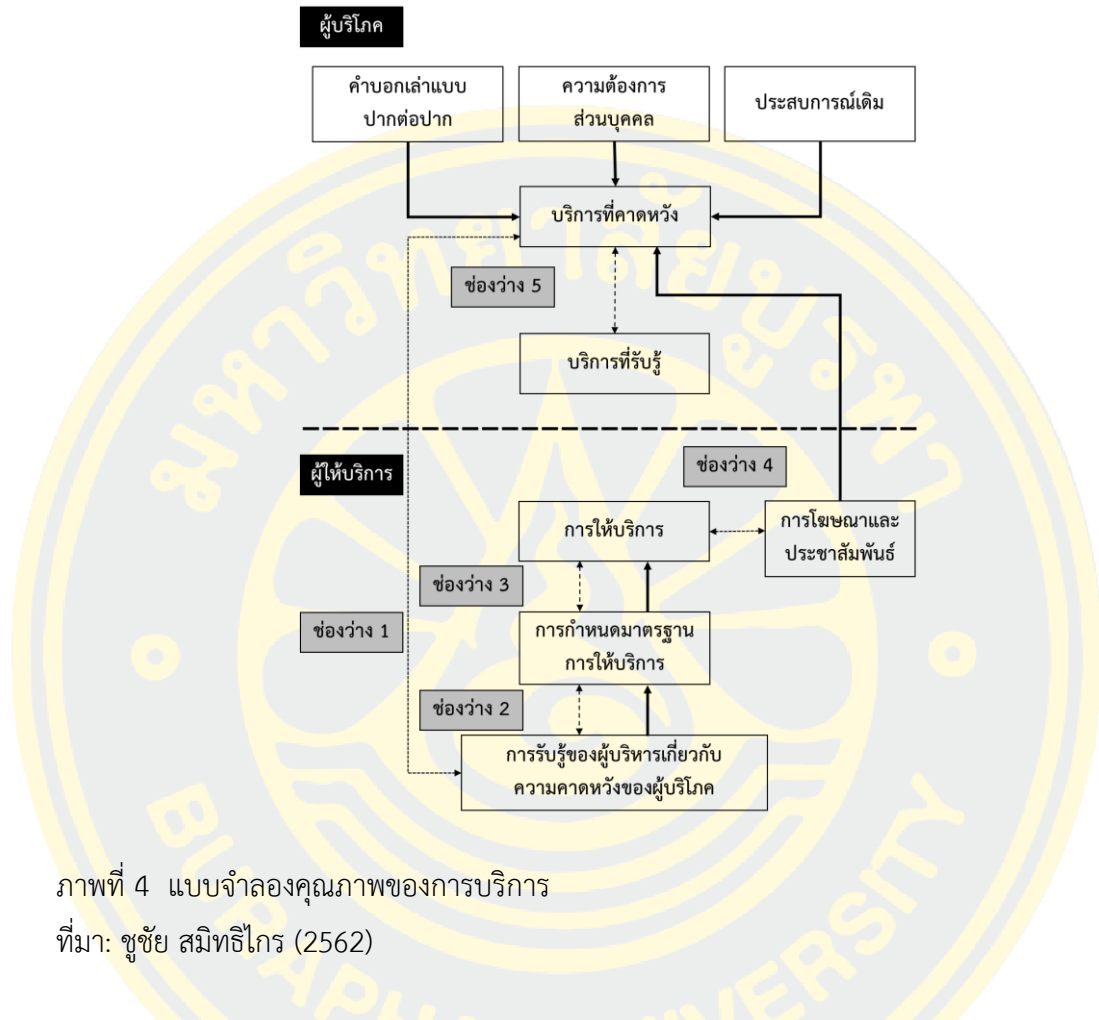
อย่างไรก็ตาม นักการตลาดบริการจะต้องเรียนรู้ว่าการให้บริการที่มีคุณภาพนั้นเป็นอย่างไร และการให้บริการแบบไหนจึงจะทำให้ลูกค้าประเมินว่าเป็นบริการที่มีคุณภาพ ดังนั้นจึงต้องบอกว่าบริการที่มีคุณภาพนั้นจะต้องเป็นบริการที่ดีเลิศ (Excellent service) เป็นบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าและทำให้เกิดความพึงพอใจและประทับใจ สิ่งเหล่านี้คือปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อแบรนด์และองค์กร ดังนั้นผู้ให้บริการจำเป็นต้องยึดรูปแบบการทำงานเพื่อให้ทุกคนที่เข้ามาใช้บริการได้รับสิ่งที่คาดหวังไว้ หรือได้รับการบริการแบบเกินความคาดหวัง โดยเน้นการตอบสนองในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ หากลูกค้าได้รับสิ่งที่พอใจ จะทำให้เกิดความรู้สึกถึงความคุ้มค่าในการเข้ามาใช้บริการ

ทั้งนี้ในช่วงที่ธุรกิจและองค์กรต่าง ๆ ต้องมุ่งเน้นเรื่องการสร้างคุณภาพด้านบริการ ซึ่งเป็นที่มาของทางเลือกที่หลากหลายขึ้น หมายความว่าลูกค้าจะเลือกใช้บริการและจงรักภักดีเฉพาะแบรนด์ที่ได้พัฒนาระบบบริการที่เกินความคาดหมาย ดังนั้น นักบริหารการตลาดและผู้ประกอบการที่ต้องการให้ผลประกอบการเติบโตจากบริการที่มีคุณภาพ นโยบายในการพัฒนาคุณภาพบริการควรเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ความหมายของคุณภาพการบริการ

นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร (2558) ได้ให้ความหมายของการบริการ (Service) หมายถึง การกระทำหรือการปฏิบัติซึ่งฝ่ายหนึ่งเป็นฝ่ายเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่งในสิ่งที่ไม่มียุติลักษณะ ไม่มีตัวตน และไม่มีใครเป็นเจ้าของ ซึ่งในการผลิตบริการนั้นอาจมีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องก็ได้ ซึ่งการบริการนั้นเพื่อตอบสนองความประสงค์ในเรื่องต่าง ๆ ด้วยความสะดวกรวดเร็ว และถูกต้อง มีอัธยาศัยและสร้างความประทับใจแก่ผู้ได้รับบริการ

ชูชัย สมितिไกร (2562) ได้ให้ความหมายของคุณภาพของการบริการ (Service quality) หมายถึง การประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความดีเลิศหรือความเหนือกว่าของการบริการ Zeithhaml, 1988 (อ้างถึงใน ชูชัย สมितिไกร, 2562: 369) นักวิชาการได้เสนอแนะว่า ผู้บริโภคจะประเมินคุณภาพของการบริการ โดยการเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังกับบริการตามการรับรู้ว่ามีความสอดคล้องกันมากเพียงไร การบริการที่มีคุณภาพจะเป็นการบริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภค Bolton & Drew, 1991 (อ้างถึงใน ชูชัย สมितिไกร, 2562: 369) Parasuraman, Zeithhaml & Berry (1985 อ้างถึงใน ชูชัย สมितिไกร, 2562: 369) ได้ศึกษาถึงการประเมินคุณภาพของการบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภค ผลการศึกษาได้บ่งชี้ว่า คุณภาพของการบริการ คือการให้บริการที่เป็นไปตามหรือสูงกว่าความคาดหวังของผู้บริโภค และได้สร้างแบบจำลองเพื่ออธิบายคุณภาพของการบริการดังแสดงในภาพที่ 4



ภาพที่ 4 แบบจำลองคุณภาพของการบริการ

ที่มา: ชูชัย สมितिไกร (2562)

ธนภณ นิธิเชาวกุล (2562) คุณภาพการบริการ หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการโดยเปรียบเทียบกับความคาดหวังของตนเองกับการรับรู้ในบริการที่ได้รับ เมื่อบริการที่ลูกค้าได้รับมากกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะมีความรู้สึกพึงพอใจกับบริการที่ได้รับ ซึ่งคุณภาพในการให้บริการมีหลายปัจจัยที่ทำให้คุณภาพในการให้บริการไม่คงที่

พนิตสุภา ธรรมประมวล (2563) คุณภาพการบริการ (Service quality) หมายถึง การให้บริการที่สามารถสนองความต้องการได้ตรงตามความต้องการหรือเกินความคาดหวังของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ซึ่งคุณภาพแตกต่างกันไปตามลักษณะของผู้ใช้บริการและมาตรฐานของผู้ให้บริการแต่ละคน

จากการให้ความหมายคุณภาพการให้บริการของนักวิชาการข้างต้น พอสรุปอันเป็นประเด็นสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการได้ว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง การให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้มารับบริการ และผู้มารับบริการเกิดความพึงพอใจในบริการที่ได้รับ

ความสำคัญของบริการที่มีคุณภาพ

การสร้างคุณภาพของบริการนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเติบโตขององค์กรธุรกิจ ดังนั้น นักการตลาดบริการจะต้องบริหารในทุกขั้นตอนการทำงาน ดังนี้

1. คุณภาพก่อนให้บริการลูกค้า

องค์กรธุรกิจที่ต้องการทำให้เกิดคุณภาพก่อนให้บริการลูกค้า จะต้องมีการสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจเข้ามาใช้บริการ โดยเฉพาะข้อความต่าง ๆ ที่ต้องการทำให้เกิดการสร้างการรับรู้กับลูกค้าเป้าหมาย มีความชัดเจนและทำให้เกิดความสนใจเข้ามาใช้บริการ ซึ่ง นักการตลาดบริการสามารถเลือกช่องทางในการสื่อสารได้อย่างหลากหลาย ทั้งผ่านป้ายหน้าร้าน ข้อความส่งผ่านอุปกรณ์และสื่อต่าง ๆ ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ โดยข้อความนั้นจะต้องสื่อสารแบบจริงใจไม่ซ่อนเร้น หรือหลอกลวงให้เกิดความสนใจมาร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขาย แต่พอมาถึงร้านแล้วทำให้ลูกค้าผิดหวังกับเงื่อนไขต่าง ๆ เป็นต้น

2. คุณภาพระหว่างให้บริการลูกค้า

ถือว่าเป็นช่วงที่มีความสำคัญมากสำหรับการให้บริการลูกค้าเนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ดีที่สุดได้อย่างชัดเจนถึงคุณภาพของผู้ให้บริการ และความพึงพอใจของผู้รับบริการ เพราะระหว่างการให้บริการลูกค้า นั้น เป็นขั้นตอนเดียวที่ผู้ให้บริการและผู้รับบริการได้มีโอกาสพบกัน จึงเป็นขั้นตอนของการแสดงฝีมือ การนำเสนอบริการ การต้อนรับที่ทำให้ลูกค้ารับรู้ได้ว่าเป็นบุคคลที่มีความสำคัญ การสร้างความแตกต่าง การสร้างความประทับใจ ทุกสิ่งทุกอย่างจะต้องเป็นบริการที่ยอดเยี่ยมตั้งแต่ลูกค้าเดินเข้ามาในร้านจนกระทั่งชำระค่าบริการ

3. คุณภาพหลังให้บริการลูกค้า

การให้บริการหลังการขายนั้นมีความสำคัญต่อทุกธุรกิจ เนื่องจากเป็นขั้นตอนของการบริการที่ทำให้ลูกค้ารับรู้ได้ถึงความตั้งใจและเอาใจใส่ต่อลูกค้า โดยเฉพาะในกรณีที่ลูกค้ามีปัญหาทั้งจากความไม่เข้าใจการใช้งานหรือจากคุณภาพสินค้าก็ตาม องค์กรผู้ให้บริการจะต้องใช้กลยุทธ์ในการสร้างความประทับใจจากบริการหลังการขาย ทั้งจากที่ลูกค้าติดต่อเข้ามา ซึ่งจะต้องเน้นเรื่องบริการอย่างประทับใจที่สุด หรือการออกไปเยี่ยมลูกค้าหรือโทรศัพท์ไปสอบถามลูกค้าที่เคยเข้ามาใช้บริการ เพื่อค้นหาความพึงพอใจ หรือเก็บข้อมูลการแนะนำด้านต่าง ๆ จากลูกค้า เป็นต้น

สาเหตุสำคัญในการพัฒนาคุณภาพบริการ

ปัจจุบันการให้บริการลูกค้ามีความสำคัญมากสำหรับธุรกิจต่าง ๆ เนื่องจากการแข่งขันของตลาดที่สูงขึ้น ในขณะที่เดียวกันผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติต่อแบรนด์อยู่ตลอดเวลา เพราะวันนี้ลูกค้ามีความพึงพอใจและถูกใจในบริการ แต่อ่านาคลูกค้าคนเดิมก็มีโอกาสเปลี่ยนไปประทับใจ การให้บริการของคู่แข่ง จึงทำให้นักการตลาดบริการไม่สามารถหยุดพัฒนาและปรับปรุงบริการได้เลย

ทั้งนี้เพราะความคาดหวังของลูกค้าที่สูงขึ้นและมีความซับซ้อนมากขึ้น ที่สำคัญภาคธุรกิจได้หันมาใช้กลยุทธ์บริการเพื่อใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดสำหรับการแข่งขัน ทำให้คุณภาพบริการที่ดีกว่าเป็นการสร้างมูลค่าให้เกิดขึ้นกับแบรนด์ และทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อรวมทั้งการกลับมาใช้บริการซ้ำ ๆ ของลูกค้า ดังนั้นภาคธุรกิจจึงต้องขยับสร้างบริการใหม่ ๆ เพื่อสร้างความตื่นเต้นและรักษาฐานลูกค้าไว้ให้ยาวนานที่สุดเท่าที่จะทำได้

Gronross (1990 อ้างถึงใน กฤษฎิกา คงสมพงษ์, 2561: 127) กล่าวว่า การตอบสนองจากผู้ให้บริการตามที่คาดหวังไว้ ซึ่งคุณภาพที่ลูกค้าคาดหวังไว้มักเกิดจากแนวคิดขององค์ประกอบ ดังนี้

อิทธิพลที่มีผลต่อการคาดหวัง

คุณภาพบริการที่ลูกค้าคาดหวังนั้นมักจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การสื่อสารทางการตลาด เนื่องจากผู้บริการมักให้ความสำคัญต่อการสร้างการรับรู้ต่อผู้บริโภค ผ่านสื่อสารมวลชนต่าง ๆ นอกจากนี้แล้วปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กรยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหรือการเข้าไปใช้บริการของลูกค้า หากภาพลักษณ์ดีเยี่ยมทำให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายให้ความไว้วางใจและคาดหวังว่าจะได้รับบริการที่มีคุณภาพสูง

อีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าเรื่องอื่นเลยก็คือ การสื่อสารแบบบอกต่อหรือเรียกว่าการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of mouth) จากข้อมูลการวิจัยของนักการตลาดระดับโลก Zairi (2000 อ้างถึงใน กฤษฎิกา คงสมพงษ์, 2561: 127) ระบุว่า โดยทั่วไปแล้วเมื่อลูกค้าพึงพอใจในบริการจะเกิดการบอกต่อความประทับใจประมาณ 5-6 คน แต่หากเกิดความไม่พึงพอใจถึงระดับที่แยะและได้รับผลกระทบด้านต่าง ๆ ลูกค้าจะบอกต่อและเล่าให้คนอื่นฟังประมาณ 10 คน แต่ในปัจจุบันนี้หากทำให้ลูกค้าพอใจและไม่พอใจเชื่อว่าโลกออนไลน์จะทำให้การบอกต่อง่ายขึ้น และกระจายสู่บุคคลอื่น ๆ แบบนับไม่ถ้วนเลยทีเดียว

ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องสร้างรูปแบบบริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเกิดการบอกต่อในลักษณะต่าง ๆ ในทิศทางที่เป็นบวกต่อธุรกิจ เนื่องจากความต้องการของลูกค้านั้นไม่มีที่สิ้นสุด หากวันนี้ได้รับบริการที่พึงพอใจ ในวันหน้าระดับความคาดหวังเรื่องความพึงพอใจจะเพิ่มขึ้นไปอีก นี่คือเหตุผลสำคัญที่ทำให้การบริการลูกค้าหยุดพัฒนาไม่ได้

Parasuraman, Zeithmal, & Berry (1985 อ้างถึงใน กฤษฎิกา คงสมพงษ์, 2561: 128) กล่าวว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับการเปรียบเทียบคุณภาพของบริการ โดยจะประเมินจากสิ่งที่ลูกค้ารับรู้ได้จากการไปใช้บริการ แม้ว่าบริการที่คาดหวังจะเกิดขึ้นหรือไม่ก็ตาม แต่บริการที่รับรู้ได้คือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจริงหลังจากได้รับบริการเรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้การประเมินคุณภาพบริการมักพิจารณาและเปรียบเทียบกับปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง 10 ประการ ดังนี้

1. ความไว้วางใจจากพนักงานและองค์กรที่เข้าไปใช้บริการ (Trustworthy) องค์กรผู้ให้บริการจะต้องรักษาคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า ดังนั้น การรับปากว่าจะทำอะไร เมื่อไหร่ รวดเร็วแค่ไหน จะต้องเป็นอย่างที่กล่าวออกมาจากปาก ไม่ควรพูดจาเพื่อเอาตัวรอดไปวัน ๆ แต่ไม่สามารถทำตามสัญญาได้ จะส่งผลต่อการประเมินในทางลบต่อความรู้สึกของลูกค้าทันที

2. สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibility) จากการเข้าไปใช้บริการลูกค้าส่วนใหญ่ จะประเมินคุณภาพบริการจากสิ่งที่สัมผัสได้ ไม่ว่าจะเป็นบริการจากตัวพนักงานเอง รวมทั้งสิ่งแวดล้อมทางกายภาพด้านบริการ

3. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) การที่องค์กรและพนักงานฝ่ายบริการ มีการตอบสนองลูกค้าในแต่ละเรื่อง จะทำให้เกิดประสบการณ์และมักจะมีการเปรียบเทียบด้านคุณภาพบริการ ดังนั้นบริการทุกขั้นตอนจะต้องเต็มไปด้วยความตั้งใจและเต็มใจบริการอย่างรวดเร็ว มีความพร้อม ยินดีบริการและช่วยเหลือลูกค้าในทุกกรณี

4. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) องค์กรส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือในสายตาของผู้บริโภค ดังนั้นการประเมินคุณภาพบริการมักจะทำให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือด้วย

5. ความมั่นคงและปลอดภัย (Safety) คือ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้านำมาเปรียบเทียบและประเมินจากการใช้บริการ และสิ่งที่ลูกค้าได้รับในเรื่องดังกล่าวจะทำให้เกิดประสบการณ์ที่จดจำไปอย่างยาวนาน ถ้าสินค้าและบริการปลอดภัยก็จะถูกบันทึกไว้ในความทรงจำ แต่ถ้าตรงกันข้าม จะเป็นประสบการณ์ที่เลวร้ายแบบลืมไม่ลงเลยทีเดียว

6. ความสะดวกสบาย (Convenience) เป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดการเปรียบเทียบมากที่สุด โดยส่วนใหญ่จะพูดถึงว่าบริการแบบไหนดีและแบบไหนไม่สะดวกสบายเลย การถูกประเมินว่าแย่มากที่สุด จะส่งผลเสียต่อคุณภาพบริการ

7. การสื่อสาร (Communications) มีชื่อว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดสำหรับการบริการ ในยุคนี้ เนื่องจากการสื่อสารเป็นการเชื่อมโยงระหว่างแบรนด์และผู้บริโภค ดังนั้นการสื่อสารจึงมีบทบาทและอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้า ทั้งยังมีส่วนสำคัญในการประเมินคุณภาพการบริการด้วยเช่นกัน

8. ความเข้าใจของลูกค้า (Customer understanding) ซึ่งมีผลต่อการประเมินเรื่องคุณภาพบริการ ดังนั้นองค์กรผู้ให้บริการจะต้องให้ความสำคัญกับการสร้างการรับรู้เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจตรงกับสิ่งที่ผู้ให้บริการต้องการนำเสนอ เพราะหากความเข้าใจระหว่างแบรนด์และลูกค้าสวนทางกัน จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพบริการทันที ทั้งนี้ผู้ให้บริการจะต้องเรียนรู้เรื่องความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี

9. ความสามารถในการให้บริการ (Ability) องค์กรธุรกิจจะต้องให้ความสำคัญกับเรื่องการพัฒนาและปรับปรุงความรู้และทักษะของผู้ให้บริการ โดยเฉพาะพนักงานที่ต้องให้บริการลูกค้าจะต้องมีความสามารถเฉพาะด้าน เพื่อให้การประเมินออกมาในทิศทางบวกต่อธุรกิจ

10. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer relationship) จะต้องเกิดจากการให้บริการอย่างสุภาพและเป็นมิตรต่อลูกค้า เนื่องจากบุคลิกของพนักงานฝ่ายบริการมีส่วนสำคัญต่อการสร้างความประทับใจและสร้างความสัมพันธ์ต่อผู้รับบริการ ดังนั้นในทุกขั้นตอนของการบริการลูกค้า พนักงานจะต้องแสดงออกในเรื่องความสุภาพ เป็นมิตร และให้เกียรติลูกค้า

ระดับคุณภาพการบริการ (Level of service quality)

ในการซื้อสินค้าบริการแต่ละครั้ง ลูกค้ามักจะไม่สามารถจับต้องตัวสินค้าบริการได้อย่างแท้จริงดังนั้นลูกค้ามักจะใช้เกณฑ์ในการวัดระดับคุณภาพการบริการก่อนการตัดสินใจซื้อบริการ 5 ข้อหลัก ดังนี้

1. ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) ความมีรูปลักษณ์ขององค์กรและผู้ให้บริการ มีดังนี้
 - 1.1 อุปกรณ์ทันสมัย
 - 1.2 เทคโนโลยีสูง
 - 1.3 ความสวยงามของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้บริการ
 - 1.4 มีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ
 - 1.5 ความสะอาดที่ให้บริการทั้งองค์กรและผู้ให้บริการ
2. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) ผู้ให้บริการจะต้องแสดงความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ควรให้บริการได้อย่างถูกต้องตามที่ได้ตกลงกันไว้และตรงต่อเวลา
 - 2.1 ควรให้บริการตามที่สัญญาไว้
 - 2.2 แสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ
 - 2.3 ควรให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า
 - 2.4 ควรให้บริการตามเวลาที่ให้สัญญาไว้กับลูกค้า
 - 2.5 ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าก่อนถึงเวลาที่ให้บริการหรือการเข้าพบลูกค้า
3. ความมั่นใจ (Assurance) ผู้ให้บริการต้องทำให้ลูกค้ามั่นใจโดยปราศจากความเสี่ยงอันตราย ตลอดจนแสดงความสามารถที่ทำให้เกิดความเชื่อใจในตัวผู้ให้บริการ ดังนี้
 - 3.1 สามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้
 - 3.2 ทำให้รู้สึกไว้วางใจได้เมื่อลูกค้ามาติดต่อ
 - 3.3 มีความสุภาพอ่อนน้อม
 - 3.4 มีความรู้ในงานที่ให้บริการ

4. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) การตอบสนองต้องมีความตั้งใจและเต็มใจให้บริการ เพื่อแสดงถึงการเอาใจใส่ในงานบริการอย่างเต็มที่ ดังนี้

- 4.1 การให้บริการอย่างรวดเร็ว
- 4.2 มีความยินดีที่ให้บริการเสมอ
- 4.3 มีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อลูกค้าต้องการ

5. การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) การจัดเตรียมดูแลงานทั้งก่อนการขาย ระหว่างการขาย และหลังการขาย มีดังนี้

- 5.1 ให้ความสนใจลูกค้าเป็นส่วนตัว
- 5.2 ให้บริการอย่างเอาใจใส่
- 5.3 ถือเป็นผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ
- 5.4 เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า

นอกจากนี้ ธนภณ นิธิเชาวกุล (2562) ยังได้ขยายความเกณฑ์ในการวัดระดับคุณภาพการบริการ 5 ข้อหลักข้างต้น ได้ดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) เป็นความสามารถในการทำตามสัญญาของการบริการเกี่ยวกับความไว้วางใจและความแน่นอน ความเชื่อถือได้ในการบริการ เช่น สายการบินไทยออกโฆษณา “ตรงเวลา” ซึ่งเป็นการสัญญาว่า การให้บริการของสายการบินไทยจะพาคุณไปส่งยังเป้าหมายตรงเวลา ดังนั้น สายการบินไทยจึงต้องพัฒนาการให้บริการให้เป็นไปตามที่โฆษณาไว้
2. การตอบสนอง (Responsiveness) ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือให้ลูกค้าได้รับบริการที่เหมาะสม การปล่อยให้ลูกค้ารอคอยโดยไม่สมเหตุสมผล จะส่งผลต่อภาพลักษณ์คุณภาพการบริการทางลบ ดังนั้นกิจการควรบริหารคุณภาพการบริการในสายตาลูกค้าเป็นเชิงบวก เช่น การที่ธนาคารกสิกรไทยให้รับบัตรคิวและในบัตรคิวมีข้อความว่า ถ้าวรอนานเกิน 15 นาทีให้ติดต่อพนักงาน ซึ่งทำให้เกิดภาพลักษณ์คุณภาพการบริการในทางบวกแก่ทางธนาคาร

3. การรับประกัน (Assurance) ความรู้ ความสุภาพอ่อนโยนของพนักงานและความสามารถสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่น ตลอดจนทัศนคติในการให้บริการว่าลูกค้าจะได้รับบริการบรรลุข้อกำหนดที่กิจการได้สัญญาไว้ กล่าวคือ การดำเนินการส่วนใดที่เป็นไปในลักษณะเพื่อจะสร้างความเชื่อมั่นให้แก่กระบวนการให้บริการ โดยมีได้มุ่งกระทำเพียงแค่ว่าการบริการเท่านั้น หากแต่มุ่งที่จะสร้างความมั่นใจตั้งแต่ก่อนจะลงมือดำเนินการให้บริการ ว่าผลของการให้บริการนั้น ๆ จะบรรลุข้อกำหนดข้อตกลงที่สัญญากับลูกค้า เช่น การให้บริการแบบ One stop service ของหน่วยงานราชการ แทนการให้บริการแบบเดิมที่ผู้เข้ามาใช้บริการต้องเดินไปยังแผนกต่าง ๆ

4. ความเห็นใจผู้อื่น (Empathy) ความรู้สึกเห็นใจ เข้าใจ รับฟัง การให้ความเอาใจใส่ต่อลูกค้าเฉพาะรายความสามารถที่จะเข้าไปเห็นมุมมองของลูกค้าผู้รับบริการ ดังนั้นผู้ให้บริการต้องเข้าใจความอ่อนไหว และต้องพยายามเข้าใจความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า เช่น การที่สายการบินจะให้ผู้โดยสารที่สูงอายุและผู้ติดตามขึ้นเครื่องบินก่อน

5. สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) แม้ว่าการบริการจะเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่ผู้ให้บริการต้องทำให้ลูกค้าที่รับบริการสัมผัสและรู้สึกถึงการบริการจากสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ อุปกรณ์หรือพนักงาน เช่น คลินิกหมอฟัน มีสถานที่ในการให้บริการที่สะอาด เครื่องมือที่ทันสมัย ตลอดจนหมอฟันหรือพนักงานผู้ให้บริการมีความชำนาญและมีประสบการณ์ในการให้บริการ

ช่องว่างที่ทำให้การบริการไร้คุณภาพ

สาเหตุของการบริการที่ไร้คุณภาพเกิดจากช่องว่าง 5 ประการ ดังนี้

ช่องว่าง 1 ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคกับการรับรู้ของฝ่ายบริหาร หมายถึง การที่ฝ่ายบริหารไม่ทราบถึงความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งอาจจะมีสาเหตุจากการขาดการวิจัยทางการตลาด การไม่นำข้อมูลจากการวิจัยมาใช้ให้เป็นประโยชน์ หรือการขาดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและผู้รับบริการ

ช่องว่าง 2 ความแตกต่างระหว่างการรับรู้ของฝ่ายบริหารกับการกำหนดมาตรฐานของการบริการ แม้ฝ่ายบริหารจะทราบความคาดหวังของผู้รับบริการ แต่ก็ยังอาจมีปัญหาในการบริการได้โดยอาจจะมีสาเหตุจากการที่ฝ่ายบริหารไม่ได้ยึดมั่นต่อคุณภาพการบริการ การที่ผู้บริหารทราบว่า ไม่สามารถให้บริการที่มีคุณภาพตามที่ผู้รับบริการต้องการได้ การขาดการกำหนดมาตรฐานของการบริการ และการขาดการกำหนดเป้าหมายของการบริการ

ช่องว่าง 3 ความแตกต่างระหว่างมาตรฐานของการบริการกับการให้บริการจริง องค์กรที่ให้บริการหนึ่ง ๆ อาจมีการกำหนดมาตรฐานของการบริการไว้อย่างชัดเจน แต่การให้บริการจริง อาจไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ซึ่งอาจเนื่องมาจากผู้ให้บริการได้รับบทบาทที่ไม่ชัดเจน บทบาทที่ขัดแย้งกัน การคัดเลือกบุคลากรที่ไม่เหมาะสมกับงาน เทคโนโลยีที่ใช้ไม่เหมาะสมกับงาน ระบบการนิเทศและควบคุมงานที่ไม่เหมาะสม และพนักงานบริการขาดการทำงานเป็นทีม

ช่องว่าง 4 ความแตกต่างระหว่างการให้บริการจริงกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ให้บริการ จะมีผลในการสร้างความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ หากการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มีลักษณะเกินจริง หรือไม่อาจกระทำได้จริง จะทำให้การให้บริการไม่เป็นไปตามคำโฆษณาและส่งผลกระทบต่อองค์กรนั้น ๆ

ช่องว่าง 5 ความแตกต่างระหว่างบริการที่คาดหวังกับบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภค ความคาดหวังของผู้บริโภคเป็นผลมาจากปัจจัยหลายประการ อันได้แก่ คำบอกเล่าแบบปากต่อปาก

ความต้องการส่วนบุคคล ประสบการณ์ในอดีต และการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ หากบริการที่ได้รับตามการรับรู้ของผู้บริโภคไม่เป็นไปตามความคาดหวัง ผู้บริโภคก็ย่อมเกิดความไม่พึงพอใจ และประเมินคุณภาพของการบริการในทางลบ

ปัจจัยกำหนดคุณภาพของการบริการ

Parasuraman et al., 1985 (อ้างถึงใน ชูชัย สมितिไกร, 2562: 372) กล่าวว่า ในการประเมินคุณภาพของการบริการ ผู้บริโภคได้ใช้ปัจจัย 10 ประการ ดังต่อไปนี้เป็นเกณฑ์ในการประเมิน

1. ความคงเส้นคงวา (Reliability) หมายถึง การที่องค์กรที่ให้บริการสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องในครั้งแรกของการปฏิบัติงาน และการปฏิบัติตามสัญญาที่ได้ให้ไว้กับผู้บริโภค เช่น การเก็บบันทึกข้อมูลอย่างถูกต้อง การให้บริการตามกำหนดเวลา และการเรียกเก็บเงินอย่างถูกต้อง
2. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจหรือความพร้อมของผู้ให้บริการที่จะปฏิบัติงานอย่างรวดเร็วและทันท่วงที ตัวอย่างเช่น การโทรศัพท์ทักกลับไปหาลูกค้าอย่างรวดเร็ว การให้บริการในทันทีทันใด
3. สมรรถนะ (Competence) หมายถึง การมีทักษะ ความรู้ความสามารถที่จำเป็นต่อการให้บริการ เช่น ความรู้และทักษะในการซ่อมแซมอุปกรณ์ต่าง ๆ ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
4. ความสะดวก (Access) หมายถึง ความสะดวกและความง่ายในการขอใช้บริการ เช่น การเปิดบริการในช่วงเวลาที่สะดวก การเดินทางไปยังสถานที่ตั้งไม่ยุ่งยาก หรือสามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้
5. ความสุภาพเป็นมิตร (Courtesy) หมายถึง ความสุภาพ ความเป็นมิตร ความมีน้ำใจ และการให้เกียรติผู้อื่นของผู้ให้บริการ เช่น การพูดจาด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มและสุภาพ
6. การสื่อสาร (Communication) หมายถึง การพูดจา และให้ข้อมูลแก่ลูกค้าด้วยภาษาที่ง่ายต่อความเข้าใจ และการรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า เช่น การอธิบายกระบวนการให้บริการ ค่าใช้จ่าย ข้อดี ข้อเสียต่าง ๆ
7. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความน่าไว้วางใจ ความซื่อสัตย์ และการคำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้า ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมความน่าเชื่อถือมีหลายประการ เช่น ชื่อเสียงขององค์กร ลักษณะส่วนตัวของพนักงานที่ให้บริการ
8. ความปลอดภัย (Security) หมายถึง การไม่มีภัยอันตราย ความเสี่ยง หรือความเคลือบแคลงน่าสงสัยเข้ามาเกี่ยวข้องในการบริการ เช่น ความปลอดภัยของอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้การรักษาความลับของลูกค้า

9. การเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค (Understanding the customer) หมายถึง การพยายามเข้าใจความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า เช่น การให้ความสนใจแก่ลูกค้าเป็นรายบุคคล การจดจำรายละเอียดต่าง ๆ ของลูกค้าประจำ

10. ลักษณะภายนอกที่เป็นรูปธรรม (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่มองเห็นได้ เช่น ลักษณะของอาคารสถานที่ตั้ง การแต่งกายของพนักงาน เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้

ในการประเมินคุณภาพของการบริการ ผู้บริโภคได้ใช้ปัจจัย 10 ประการ ดังต่อไปนี้ ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร ความสามารถ ความสุภาพ ความน่าเชื่อถือ ความคงเส้นคงวา การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ความปลอดภัย ความเข้าใจลูกค้า และลักษณะภายนอก

พินิตสุภา ธรรมประมวล (2563) กล่าวว่า คุณภาพบริการยังรวมถึงการส่งมอบการบริการตามเป้าหมายของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจ และต้องพิจารณาในประเด็นต่อไปนี้

1. การส่งมอบการบริการ พิจารณาว่าในการให้บริการลูกค้าของกิจการจะมีจุดสัมผัสบริการอะไรบ้าง เช่น พนักงานขาย Call center เคาน์เตอร์ชำระเงิน เป็นต้น ที่ต้องทำให้เป็นไปตามมาตรฐานที่ต้องการจะส่งมอบให้แก่ลูกค้า

2. ความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย ต้องพิจารณาว่าลูกค้ากลุ่มใดที่เป็นกลุ่มเป้าหมายและความต้องการของลูกค้าคืออะไร

3. ความอยู่รอดของกิจการ กิจการอยู่รอดได้ก็จะเป็นในเรื่องของการให้บริการ แต่ใช้ว่าจะต้องตามใจลูกค้าไปเสียทุกกรณี ต้องมีการวางมาตรฐานบริการให้เข้าใจตรงกันระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการ ซึ่งต้องมีการวางแผนร่วมกันหลาย ๆ ฝ่ายว่าจะให้บริการอย่างไรให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจและจะสามารถตอบโต้จากเป้าหมายธุรกิจ คือ ในส่วนของกิจการมีกำไรและอยู่รอดไปได้ ซึ่งเกณฑ์ที่ใช้ในการที่จะช่วยให้การบริการลูกค้าออกมาอย่างมีคุณภาพ ดังนี้

1) เวลาให้บริการและเวลารอคอย

2) ความถูกต้องที่เป็นความถูกต้องตามความต้องการของลูกค้าที่ปัจจัยหลัก ๆ ก็คือพนักงานเอง เช่น ทบทวนความต้องการของลูกค้าที่ตอบโต้ลูกค้าให้ตรงความต้องการ

3) ความสม่ำเสมอที่จะสามารถรักษามาตรฐานในการบริการให้ดีอยู่เสมอให้เหมือนกันในทุก ๆ ครั้งที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ โดยรักษาระดับให้ได้ตามมาตรฐานทุกครั้ง ทุกสถานที่ ทุกเวลา และจำเป็นต้องรับฟังและตอบเมื่อมีข้อร้องเรียนอย่างทันการณ

ดังนั้นคุณภาพการบริการจึงไม่ควรจะกำหนดขึ้นตามความต้องการของกิจการฝ่ายเดียว แต่ควรกำหนดขึ้นจากความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก โดยใช้รับฟังหรือสำรวจความต้องการของลูกค้าตั้งที่นักการตลาดหลายท่านได้กล่าวไว้ว่า “คุณภาพ” ก็คือ สิ่งที่เกิดจากการที่ลูกค้าได้รับรู้

การจำแนกประเภทของคุณภาพในการบริการ

โดยทั่วไปสามารถแบ่งประเภทของ “คุณภาพ” ของบริการออกได้หลายประเภท โดยอาศัยเกณฑ์ในการพิจารณาความยากง่ายในการประเมินของลูกค้า ซึ่งสามารถแบ่งคุณภาพในลักษณะนี้ออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. Search quality หมายถึง คุณภาพที่ลูกค้าสามารถประเมินได้ก่อนการซื้อบริการ เช่น ประเมินได้จากการพิจารณาคุณค่า ประโยชน์ใช้สอย ราคา ความคุ้มค่า ความรู้สึกในการสัมผัส เป็นต้น
2. Experience quality หมายถึง คุณภาพที่ลูกค้าสามารถประเมินได้จากประสบการณ์ ภายหลังจากซื้อหรือใช้บริการ เช่น อาจประเมินได้จากการเข้าพักรักษาตัว ความปลอดภัย ความสะดวกสบายที่ได้รับ ความคุ้มค่า ความมีน้ำใจไมตรีจิตของผู้ให้บริการ เป็นต้น
3. Credence quality คือ คุณภาพความเชื่อถือได้ที่เกิดขึ้นจริง เป็นคุณภาพที่ลูกค้า ประเมินได้ค่อนข้างยาก ถึงแม้ว่าจะได้ใช้บริการนั้นแล้วก็ตาม ก็ไม่อาจประเมินคุณภาพของการบริการ นั้นได้ แต่จะประเมินจากความรู้สึกที่ได้รับ เช่น ความเชื่อถือ ความไว้วางใจ เป็นต้น

การพิจารณาจากผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจะพิจารณาจากคุณภาพที่เกิดจากการรับรู้ของลูกค้าหรือคุณภาพที่ลูกค้า ได้มีโอกาสรับรู้ (Perceived Service Quality: PSQ) จากการใช้บริการ ซึ่งคุณภาพดังกล่าวนี้จะ เกิดขึ้นจาก “ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายบริการ” ซึ่งจะประกอบด้วยบริการที่ลูกค้าได้มีโอกาสใช้ บริการติดต่อกันหลาย ๆ ครั้ง ซึ่งปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในกระบวนการให้บริการดังกล่าว จะมีผลกระทบ ที่สำคัญต่อคุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ (PSQ)

Gronross (1990 อ้างถึงใน พนิตสุภา ธรรมประมวล, 2563: 253) อธิบายว่า โดยทั่วไป ของคุณภาพการบริการที่เกิดจากการรับรู้ของลูกค้าแบ่งได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. คุณภาพเชิงหน้าที่ (Function quality) คือ คุณภาพที่เกิดจากการที่ลูกค้าประเมิน “กระบวนการ” (Process) หรือวิธีการในการให้บริการว่าได้รับการบริการอย่างไร โดยลูกค้าอาจจะ พิจารณาจากองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น รูปลักษณ์ภายนอกของสถานบริการ เครื่องมือและอุปกรณ์ ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ การแต่งกาย บุคลิกลักษณะ กิริยาท่าทาง คำพูดและมารยาทของ พนักงาน เช่น การเลือกใช้บริการคลินิกตรวจสุขภาพก็จะประเมินจากการจัดตกแต่งร้าน ความเป็น ระเบียบ ความสะอาด เครื่องมืออุปกรณ์แพทย์ทันสมัย บุคลิกภาพของแพทย์และเจ้าหน้าที่ให้บริการ เป็นต้น
2. คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical quality) คือ คุณภาพที่เกิดจากการที่ลูกค้าประเมิน “ผลลัพธ์” (Outcome) ของการบริการที่ได้รับ ลูกค้าจะประเมินคุณภาพโดยการพิจารณาว่าได้รับ

อะไร หลังจากทีกระบวนการผลิตบริการและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายบริการสิ้นสุดลง มักจะ เป็นการประเมินตามสภาพความเป็นจริงว่าการบริการที่ลูกค้าได้รับนั้นสามารถแก้ปัญหา (ทาง เทคนิค) ให้กับเขาได้หรือไม่ เช่น การทำประกันภัยรถยนต์ชั้นหนึ่ง เมื่อเกิดอุบัติเหตุสามารถแก้ปัญหา เรื่องการคุ้มครอง การซ่อม ความรวดเร็ว เป็นต้น

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของการบริการและผลการดำเนินงานของกิจการ

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived Service Quality: PSQ) และผลการดำเนินงานของกิจการ (Profit Impact of Market Strategy: PIMS) มีลักษณะดังนี้ Buzzell and Gale (1987 อ้างถึงใน พนิตสุภา ธรรมประมวล, 2563: 254)

1. คุณภาพที่ลูกค้ารับรู้เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อผลการดำเนินงานของกิจการ
2. คุณภาพที่ลูกค้ารับรู้มีความสัมพันธ์กับส่วนครองตลาด (Market share) ของกิจการ
3. คุณภาพที่ลูกค้ารับรู้มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาของกิจการ
4. คุณภาพที่ลูกค้ารับรู้สัมพันธ์กับผลตอบแทนจากการลงทุนของกิจการ
5. คุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ไม่ได้มีความสัมพันธ์กับต้นทุนของกิจการแต่อย่างใด

วิธีที่จะสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันได้นั้น ต้องเสนอผลิตภัณฑ์บริการที่เหนือกว่าโดย เน้นที่คุณภาพที่สูงกว่า ซึ่งในการเสนอผลิตภัณฑ์บริการหลักนั้นจะสร้างความแตกต่างให้เห็นชัดได้ยาก ที่จะทำให้ลูกค้ารับรู้ได้ว่าแตกต่างกัน วิธีที่นิยมใช้กัน คือ การปรับปรุงคุณภาพเสริม ซึ่งเป็นสิ่ง สนับสนุนผลิตภัณฑ์หลักของกิจการ เช่น การบริการล้างรถของกิจการคาร์แคร์ในผลิตภัณฑ์ คือล้างรถ ให้สะอาด ซึ่งทุกแห่งมีมาตรฐานที่ใกล้เคียงแทบไม่แตกต่างกัน แต่จะเสริมในเรื่องของบรรยากาศ ระหว่างรอรับรถ มีบริการเครื่องดื่มร้อนเย็นไว้บริการ มีมุมพักผ่อนอ่านนิตยสาร หรืออินเทอร์เน็ต บริการ เป็นต้น

ทฤษฎีและแนวคิดของงานบริการที่เป็นเลิศสำหรับธุรกิจบริการมูลค่าสูง (Premium service)

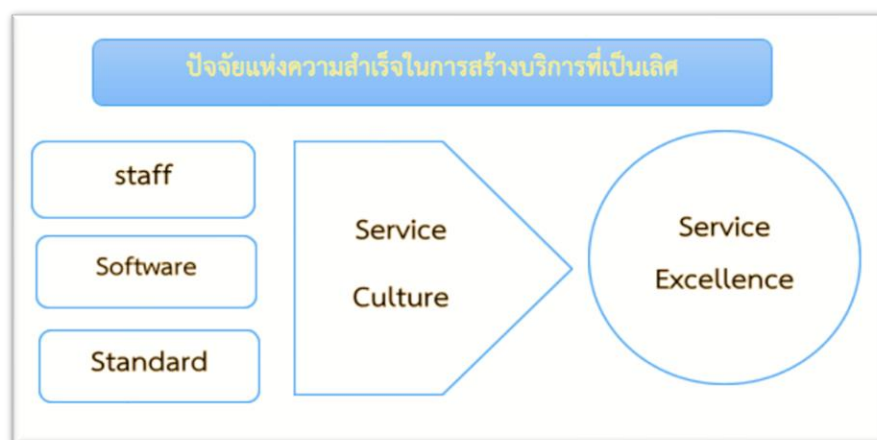
ทฤษฎีของงานบริการที่เป็นเลิศ (Service excellence)

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกศากุล (2561) ให้ความเห็นว่าในงานบริการลูกค้าที่หลาย ๆ ธุรกิจกำลัง ดำเนินการอยู่นั้น มักจะมีคำถามของผู้ประกอบการหรือผู้จัดการว่าทำอะไรถึงจะทำให้องค์กรมี บริการที่ดีเลิศ เป็นบริการมูลค่าสูง (Premium service) มีลูกค้าประจำที่กลับมาใช้บริการซ้ำ มีลูกค้าชม บอกรับปากต่อปากว่าให้มาที่เรา ลูกค้ามาแล้วรู้สึกประทับใจจนทำให้เกิดแบรนด์ในบริการ อันจะส่งผลต่อแบรนด์ขององค์กร แน่แน่นอนว่าทุก ๆ องค์กรต้องการให้เกิดภาพนี้ขึ้น วิธีการสร้างนั้น

มิใช่สร้างได้เพียงไม่กี่เดือน แต่ต้องสร้างกันหลายปีจนเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร วิธีการสร้างระบบบริการที่เป็นเลิศนั้น หลายองค์กรก็มีวิธีที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับลักษณะธุรกิจ ค่านิยม และวัฒนธรรมขององค์กรนั้น แต่เกือบทั้งหมดมักจะเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหรือให้ความสำคัญเรื่องต่าง ๆ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

1. เน้นแนวคิดด้านกลยุทธ์ (Strategic concept)
2. สร้างวัฒนธรรมในองค์กรที่เน้นความเป็นเลิศในการให้บริการ
3. ควรกำหนดมาตรฐานคุณภาพของการบริการไว้ในระดับสูง แต่มีความเป็นไปได้
4. มีระบบการปฏิบัติงานในการให้บริการ และวัดความพึงพอใจของลูกค้า
5. มีระบบการแก้ไขปัญหาให้เป็นที่พอใจของลูกค้า
6. มีการตลาดภายใน (Interval marketing) ที่ดี

ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการสร้างบริการที่เป็นเลิศ ดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 5 ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการสร้างบริการที่เป็นเลิศ
ที่มา: พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล (2561)

4 ปัจจัยแห่งความสำเร็จประกอบด้วย

1. Staff
2. Software
3. Standard
4. Service culture

ซึ่งเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จในการมีศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจบริการ โดยเฉพาะบริการมูลค่าสูง โดยมีรายละเอียดดังนี้

Staff คือ พนักงาน ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของทั้ง 4 ข้อ เพราะธุรกิจบริการจะเกิดขึ้นไม่ได้หากปราศจากพนักงานผู้ให้บริการลูกค้า พนักงานเป็นผู้มีคุณค่าที่สุดในธุรกิจบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจบริการมูลค่าสูง พนักงานจะเป็นผู้สร้างมูลค่าเพิ่มต่าง ๆ ในธุรกิจ เพราะรูปแบบธุรกิจบริการจะใช้เครื่องจักร เครื่องมือ เป็นเพียงแค่สิ่งที่ช่วยเสริมงาน ซึ่งหาซื้อที่ใดก็ได้ แต่บุคลากรในองค์กร เราไม่สามารถใช้เงินซื้อเข้ามาได้ ต้องคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติมาทำงานฝึกฝนและพัฒนาในความรับผิดชอบในงานที่สูงขึ้น การดูแลให้เขารักองค์กรและอยู่คู่กับการพัฒนาขององค์กรอย่างต่อเนื่อง องค์กรที่ประสบความสำเร็จก็ให้ความสำคัญกับพนักงานเป็นอันดับหนึ่ง

Software คือ โปรแกรมซอฟต์แวร์ คือ เครื่องมือที่ใช้ช่วยในการทำงานของพนักงาน ให้บริการลูกค้าได้สะดวกรวดเร็ว และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ายิ่งขึ้นยิ่งขึ้น เช่น ค้นหาข้อมูลลูกค้า แสดงข้อมูลเพื่อตอบคำถามลูกค้า นำเสนอบริการใหม่ ๆ ที่ตอบสนองบริการลูกค้าในแต่ละบุคคล ใช้บริหารระบบงานโดยรวมสามารถแสดงถึงขั้นตอนแต่ละขั้นตอนว่าจุดใดให้บริการเร็ว ช้า จุดใดใช้คนมากน้อย ต้นทุนในแต่ละขั้นตอนเป็นเท่าใด รายได้ที่เกิดขึ้นโดยรวมเป็นเท่าใด โปรแกรมซอฟต์แวร์สามารถช่วยทำงานให้รวดเร็วและง่าย ในการบริหารจัดการสามารถให้ซอฟต์แวร์ประมวลผลตามเป้าหมายที่เราตั้งไว้ได้ทันที เราจำเป็นต้องนำซอฟต์แวร์มาเป็นเครื่องมือให้เราช่วยในการทำงานให้ง่ายขึ้น สะดวกรวดเร็วขึ้น

Standard คือ มาตรฐานการทำงาน คือ สิ่งที่ยืนยันว่าพนักงานต้องทำงานอะไรบ้างตามขั้นตอน โดยเฉพาะบริการมูลค่าสูง ซึ่งลูกค้ามีความคาดหวังมากกว่าทุกครั้งที่มาใช้บริการ จะได้รับความพอใจในมาตรฐานหรือมากกว่ามาตรฐาน โดยทั่วไปมักแสดงอยู่ในรูปของเอกสาร เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนเป็นภาพเดียวกันเข้าใจตรงกัน ใช้สำหรับอบรมพนักงานใหม่ก่อนเข้างาน หรือบางแห่งมาตรฐานการทำงานจะอยู่ในรูปแบบคู่มือ กฎระเบียบ ข้อบังคับขององค์กร ซึ่งการจัดทำมาตรฐานการทำงานนี้ เป็นหลักการและแนวทางเพื่อให้พนักงานอยู่ในแนวทางที่บริษัทอยากให้เป็น ซึ่งมาตรฐานการทำงานนี้สามารถครอบคลุมการทำงานได้ทั้งหมด เช่น การยิ้มแย้ม ความสุภาพ หรือการตัดสินใจในการให้สิทธิประโยชน์แก่ลูกค้า เรื่องเหล่านี้จะอยู่ในดุลพินิจของตัวพนักงานเอง

แนวทางที่ช่วยในการให้พนักงานรู้จักมาตรฐานการทำงานที่เป็นเรื่องของอารมณ์ความรู้สึก ก็คือการทำตัวอย่างให้พนักงานเห็น เช่น จัดทำสื่อต่าง ๆ ให้พนักงานเห็นตัวอย่างที่ดี เช่น การยิ้มแย้ม ความสุภาพ การแต่งกาย การพูดจา การไหว้ การโต้ตอบลูกค้าอย่างเป็นธรรมชาติ ก็จะช่วยให้พนักงานเข้าใจได้ง่ายขึ้น และเมื่อไปปฏิบัติงาน ก็พบกับสภาพแวดล้อมที่มีมาตรฐาน หัวหน้าและผู้จัดการที่เป็นต้นแบบ ก็จะสามารถกลมกลืนเข้ากับเพื่อร่วมงานในหน้าที่ที่มีมาตรฐานเดียวกันได้

หากบริษัทไม่จัดทำมาตรฐานขึ้นมา พนักงานที่ให้บริการทุกคนก็จะไม่รู้ว่าจะต้องอ้างอิงอะไร อะไรคือให้ทำหรือมิให้ทำ ทุกคนจะสับสนลูกค้าย่อมสับสนด้วย ทำให้ได้รับบริการที่มีความไม่แน่นอน

Service culture คือ วัฒนธรรมการบริการ กล่าวได้ว่าเป็นผลจากการทำงานของ S ใน 3 ตัวแรก ก็คือ Staff, Software และ Standard หากองค์กรดำเนินการอย่างต่อเนื่องใน 3 ตัวแรกนี้ ก็จะทำให้เกิดการหล่อหลอมของพนักงานที่ปฏิบัติงานแบบนี้จนเคยชิน และเป็นนิสัยคล้าย ๆ กันทุกคน ย่อมทำให้เกิดวัฒนธรรมในองค์กรที่มีการบริการเป็นรูปแบบเดียวกัน การสร้างวัฒนธรรมการบริการแบบนี้ แน่แน่นอนว่าต้องใช้ระยะเวลาสามารถสร้างเสร็จภายใน 1 ปี เราต้องทำอย่างต่อเนื่อง หมั่นบำรุงรักษาให้มียังอย่างต่อเนื่อง แม้พนักงานบางส่วนตามธรรมชาติย่อมมีการลาออก มีการเปลี่ยนแปลง แต่เมื่อคนใหม่เข้ามาที่ย่อมสามารถปรับตัวให้เข้ากับคนหมู่มากและหล่อหลอมเป็นวัฒนธรรมเดียวกันที่พัฒนาให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป

ทั้ง 4 ปัจจัยนี้ บริษัทต้องหมั่นดูแล และทำให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องย่อมจะส่งผลให้เกิดคำว่า "บริการที่เป็นเลิศ" ซึ่งคำนี้มันสะท้อนถึงแบรนด์ในองค์กรของเรา อันจะเป็นมูลค่าที่เหนือกว่ามูลค่าราคาในการบริการ แต่เป็นมูลค่าของแบรนด์ในองค์กรนั้น ๆ และเป็นสิ่งจูงใจที่ลูกค้าจะซื้อซ้ำและบอกต่อในธุรกิจของเรา แม้ราคาจะสินค้าและบริการจะสูงกว่าองค์กรคู่แข่ง แต่ลูกค้าก็ยินดีจ่ายเพื่อความพึงพอใจ เสียงที่จะบอกว่าองค์กรของเราเป็นองค์กรที่มีบริการที่เป็นเลิศ มิใช่เป็นเสียงที่พูดกันเองภายในองค์กร หากแต่ต้องเป็นเสียงจากลูกค้า ที่จะบอกว่าเราเป็นองค์กรบริการที่เป็นเลิศ สมกับเป็นองค์กรที่ให้บริการมูลค่าสูง

ความเป็นเลิศในการบริการจะเกิดขึ้นได้โดยบุคลากรได้รับการพัฒนาในวิชาชีพ และได้รับการเพิ่มพูนศักยภาพอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการเป็นผู้ให้บริการที่ดีและเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยความรู้ในงาน ทักษะ ประสบการณ์ เทคนิค และสมรรถนะของผู้ให้บริการ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ และมีความต้องการกลับมาใช้บริการอีก สิ่งสำคัญคือผู้ให้บริการต้องมีจิตสำนึกในการบริการ (Service mind) มีความทุ่มเทและเสียสละในการทำงาน มีใจรักในงานบริการ และให้ความสำคัญแก่ผู้รับบริการ มีปัจจัยจูงใจ (Motive) อย่างเพียงพอ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการรวมถึงให้ความช่วยเหลือเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการให้บริการ นอกจากนี้ผู้ให้บริการต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creative) ไม่ควรยึดติดกับประสบการณ์หรือลักษณะของการบริการที่ปฏิบัติอยู่ มีการปรับเปลี่ยนวิธีการให้บริการ และมีความคิดใหม่ ๆ เพื่อปฏิรูประบบบริการให้เป็นเลิศอยู่เสมอ

นอกเหนือจากคุณลักษณะข้างต้นผู้ให้บริการจะต้องสามารถควบคุมอารมณ์ได้เป็นอย่างดี (Emotional control) เนื่องจากงานบริการเป็นงานที่ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้อื่น จะต้องพบปะผู้คนจำนวนมาก ซึ่งมีความหลากหลายทางชนชั้น มีการศึกษา และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน หากพนักงานผู้ให้บริการได้รับความสะดวกสบายในการทำงาน และมีกลไกที่ได้รับการสนับสนุนจากการทำงานที่

เป็นระบบ อาทิ เช่น ได้รับทรัพยากรที่เพียงพอและมีผู้กำกับดูแลให้การสนับสนุนอย่างใกล้ชิด จะทำให้พนักงานอุทิศตนในการให้บริการอย่าง และสะท้อนให้เห็นว่าผู้ดูแลพนักงานส่วนหน้ามีความสำคัญในการช่วยเหลือและจูงใจพนักงานปฏิบัติงาน เพื่อนำไปสู่ความเป็นเลิศในการบริการในที่สุด

ตัวอย่างประเภทของธุรกิจที่ให้บริการมูลค่าสูง (Premium services) ในประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลกด้านการให้บริการ ด้วยบุคลิกของคนไทยมี อัจฉริยะดี ยิ้มสยาม และมีมิตรภาพ ดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี และมีสถานที่ท่องเที่ยว หลากหลาย โดยสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีจุดเด่นที่แตกต่างกัน เหมาะแก่การพักผ่อนท่องเที่ยวทั้ง แบบส่วนตัวหรือเป็นหมู่คณะ ทำให้ธุรกิจที่ให้บริการโดยเฉพาะธุรกิจที่ให้บริการมูลค่าสูงในประเทศไทย สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงขอยกตัวอย่างธุรกิจให้บริการมูลค่าสูงในประเทศไทยส่วนหนึ่ง ดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจสุขภาพ - ทริช พันธุ์สุขเจริญ (2559) ได้ศึกษาความต้องการสินค้าและบริการ รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์กระแสการใส่ใจดูแลสุขภาพ ที่รองรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจง อย่างผู้สูงอายุ หรือแม้กระทั่งบริการด้านการแพทย์ที่รองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ (Medical tourism) หรือนักลงทุนต่างชาติที่เข้ามาทำงานในไทย (Expatriation) โดยธุรกิจสุขภาพเหล่านี้ ไม่เพียงแต่จะ เพื่อการรักษาพยาบาลอาการเจ็บป่วยเท่านั้น แต่ยังเพิ่มมูลค่าด้วยการให้บริการมูลค่าสูง เพื่อสร้างความพึงพอใจ ประทับใจ โดยให้ความรู้สึกเหมือนการมาพักผ่อนในโรงแรม 5 ดาว มากกว่ามารักษาตัวในโรงพยาบาล บรรยากาศรอบโรงพยาบาลตกแต่งสวยงาม หรรษา เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลฝ่ายต้อนรับก็มีทักษะการบริการที่ดี สามารถสื่อสารได้หลายภาษา เพื่อรับคนไข้หรือกลุ่มผู้ใช้บริการต่างชาติได้

การแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ พบว่ามีแนวโน้มที่จะมุ่งสู่การผูกขาดของนายทุนรายใหญ่ไม่ก็ กลุ่ม โรงพยาบาลเอกชนรายใหญ่ได้ซื้อหุ้นของเครือโรงพยาบาลเอกชนอื่น ๆ เอาไว้ด้วย เพื่อลงทุน และสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ รวมถึงการเข้าซื้อกิจการทั้งหมด (Take Over) โดยตัวอย่างการรุกคืบของทุนโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ มีดังต่อไปนี้

เครือโรงพยาบาลกรุงเทพ ปัจจุบันเป็นเครือโรงพยาบาลเอกชนที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย บริหารโดยบริษัท กรุงเทพดุสิตเวชการ จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2512 จากนั้นในปี พ.ศ. 2534 ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน จำกัด การเติบโตช่วงแรกของบริษัทมาจากการเปิดสาขาของโรงพยาบาลในเครือ ในช่วงหลังได้เริ่มเข้าซื้อหรือรวมกิจการกับเครือโรงพยาบาลเอกชนอื่นด้วย เช่น เครือโรงพยาบาลพญาไท เครือโรงพยาบาลสมิติเวช เครือโรงพยาบาลเปาโล ในปี พ.ศ. 2556 บริษัท กรุงเทพดุสิตเวชการ จำกัด (มหาชน) มีโรงพยาบาลในเครือจำนวน 31 แห่งในประเทศไทย และ 2 แห่งในกัมพูชา นอกจากนี้แล้วบริษัท กรุงเทพดุสิตเวชการ จำกัด (มหาชน) ยังมีหุ้นอยู่ใน

เครือโรงพยาบาลอื่น ๆ อีก เช่น เครือโรงพยาบาลรามคำแหง, เครือโรงพยาบาลเกษมราษฎร์, โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์, เครือโรงพยาบาลกรุงธน และโรงพยาบาลเอกอุดรอีกด้วย

เครือโรงพยาบาลรามคำแหง ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2531 จนในปี พ.ศ. 2534 ได้แปรสภาพเป็นบริษัท มหาชน จำกัด โดยในปี พ.ศ. 2555 มีโรงพยาบาลที่บริษัทถือหุ้นอยู่จำนวน 9 แห่ง โดยอยู่ในกรุงเทพมหานคร 2 แห่ง และอยู่ต่างจังหวัดอีก 7 แห่ง อย่างไรก็ตาม เครือโรงพยาบาลรามคำแหงนี้มีผู้ถือหุ้นใหญ่ คือ บริษัท กรุงเทพดุสิตเวชการ จำกัด (มหาชน)

เครือโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2527 จนในปี พ.ศ. 2536 ได้มีการเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท บางกอก เซน ฮอสปิทอล จำกัด (Bangkok Chain Hospital: BCH) โดยมีโรงพยาบาลในเครือ 7 แห่ง อยู่ในกรุงเทพมหานคร 4 แห่ง และอยู่ต่างจังหวัดอีก 3 แห่ง

เครือโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2523 จนในปี พ.ศ. 2532 ได้แปรสภาพเป็นบริษัท โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จำกัด (มหาชน) โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์เป็นโรงพยาบาลเอกชนแห่งแรกที่ได้รับการรับรองคุณภาพโดยโรงพยาบาลไทย (Thai Hospital Accreditation หรือ HA) และเป็นโรงพยาบาลเอกชนไทยที่มีสัดส่วนรายได้จากผู้ช่วยต่างชาตินมากที่สุด โดยในปี พ.ศ. 2555 รายได้ร้อยละ 61 มาจากผู้ป่วยต่างชาติ

จากข้อมูลดังกล่าว รวมถึงการที่รัฐบาลส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจบริการด้านสุขภาพ เป็นนโยบายศูนย์กลางทางการแพทย์ของเอเชีย (Medical hub of asian) เป็นเหตุให้การแข่งขันของธุรกิจบริการด้านสุขภาพ มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องต่อไปในอนาคต

2. ธุรกิจ Medical Spa – ญาคินี อัสเวศน์ และสุรางค์ เทพศิริ (2554) ได้ให้ความหมายถึงสปาที่ให้บริการด้านการแพทย์เป็นหลัก ซึ่งนอกจากจะดูแลด้านสุขภาพแล้ว ยังรวมถึง ศัลยกรรมตกแต่งและเสริมความงาม อีกทั้งยังมีโปรแกรมจัดไขมันและลดความอ้วนอีกด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายของผู้ประกอบการและผู้บริหาร นอกจากนี้ Medical spa ยังอาจให้บริการทางด้าน Holistic treatment เพื่อการบำบัดแบบทางเลือก หรือถือเป็นการบำบัดเสริมแก่ลูกค้าได้อีกด้วย

ผู้ประกอบการธุรกิจสปารายใหญ่ของไทย ในปัจจุบันมีทั้งกลุ่มสปาไทยที่พัฒนาคุณภาพของการบริการ และกลุ่มสปาชั้นนำในต่างประเทศซึ่งขยายเครือข่ายเข้ามาในประเทศไทย จะเห็นได้ว่าธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพ ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการธุรกิจสปาทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้ทะเล เช่น ภูเก็ต พังงา กระบี่ เป็นต้น

3. ธุรกิจโรงแรม – เนื่องจากประเทศไทยเป็นเมืองท่องเที่ยวยอดนิยมแห่งหนึ่งของโลก ไทยจึงมีโรงแรมเกิดขึ้นมากมาย รวมถึงการขยายตัวของเครือโรงแรมต่างประเทศได้เข้ามารุกตลาดในประเทศไทยของเราเป็นอย่างมาก โรงแรมเหล่านี้มีเครือข่ายอยู่ทั่วโลก ทำให้ลูกค้าต่างชาติส่วนใหญ่

มักใช้บริการโรงแรมในเครือต่างประเทศ ทำให้ส่งผลกระทบต่อภาพรวมกิจการของโรงแรมในประเทศเราไม่น้อย

ในปี พ.ศ. 2549 ภาคเอกชนไทย คือ “สมาคมโรงแรมไทยและสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA)” ได้ร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดตั้ง “มูลนิธิพัฒนามาตรฐานและบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว” จัดตั้งเป็นองค์กรกลาง และได้รับการยอมรับในระดับสากล โดยทางมูลนิธิจะเข้าตรวจสอบการจัดระเบียบโรงแรมไทยให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อป้องกันการกล่าวอ้างของมาตรฐานดาวของโรงแรม

ปัจจัยที่นำมาใช้พิจารณาตัดสินมาตรฐานโรงแรม

1. สภาพทางกายภาพ เช่น ทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อม เป็นต้น
 2. การก่อสร้าง เช่น โครงสร้างกายภาพของโรงแรม ระบบในโรงแรม การเลือกใช้วัสดุและระบบความปลอดภัยของโรงแรม
 3. สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เข้าพัก เช่น ของใช้ต่างๆที่จัดให้ อุปกรณ์ตกแต่งห้องพัก
 4. คุณภาพการบริการและการรักษาคุณภาพ เช่น บุคลิกภาพของพนักงาน การบริการ ความสะอาด สุขอนามัย ชื่อเสียงของโรงแรม
 5. การบำรุงรักษาโรงแรม
- งานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยจะเน้นถึงการบริการมูลค่าสูง จึงขอกล่าวถึงเฉพาะมาตรฐานโรงแรมระดับ 5 ดาวหรือสูงกว่า 5 ดาว

มาตรฐานโรงแรมระดับ 5 ดาว

มีการตกแต่งที่สวยงามทั้งภายในภายนอกใน เปรียบพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ประทับใจ ห้องพักมาตรฐานกว้าง 30 ตารางเมตร รายการต้องมีมากกว่า 12 ช่อง ตู้เย็น มินิบาร์ และอุปกรณ์สื่อสาร โทรศัพท์ ห้องน้ำขนาดใหญ่ สุภัณฑ์สะอาดสวยงาม พร้อมเครื่องชั่งน้ำหนัก อุปกรณ์ของใช้ในห้องน้ำครบถ้วนและสภาพดี ห้องฟิตเนสมีอุปกรณ์ออกกำลังกายไม่น้อยกว่า 7 ชนิด ห้องอบไอน้ำ อ่างจากุซซี่ ห้องนอน สระว่ายน้ำ ห้องประชุมใหญ่ที่มีอุปกรณ์ครบถ้วน และห้องประชุมย่อยไม่ต่ำกว่า 4 ห้อง มีระบบความปลอดภัยที่ทันสมัย

มาตรฐานโรงแรมที่สูงกว่า 5 ดาว

จุดสูงสุดของมาตรฐานดาวอยู่ที่ระดับ 5 ดาว แต่เนื่องจากโรงแรมหลายแห่งต้องการสร้างความแตกต่างจึงประกาศว่าตนเป็นโรงแรมระดับ 6 ดาวหรือ 7 ดาว แต่ยังไม่มีความมาตรฐานโรงแรมรับรองระดับ 6 ดาว เพียงประกาศกันเอง ราคาจะสูงกว่าโรงแรม 5 ดาว ร้อยละ 20-30 สิ่งที่แตกต่างกันจากโรงแรมระดับ 5 ดาวคือ มีห้องพักขนาดใหญ่กว่า อุปกรณ์ของใช้ในห้องพักที่ดีกว่า และยังมีต้นห้องส่วนตัวหรือเรียกว่าบัตเลอร์ (Butler) ที่จะเข้าไปดูแลความต้องการของลูกค้า และช่วยทำอาหาร

ให้ สร้างความเป็นส่วนตัวกับลูกค้าเป็นอย่างมาก โรงแรมหลายแห่งได้ประกาศมาตรฐานความหรูหราของโรงแรมตนเองมากกว่ามาตรฐานดาวที่ใช้กันอยู่ เช่น ในประเทศฝรั่งเศส โดยใช้ชื่อว่า “มาตรฐานระดับพระราชวังหรือพาลเลซ” เกณฑ์การตัดสินไม่ได้วัดเฉพาะด้านความหรูหราเท่านั้น แต่ยังให้คะแนนกับความสำคัญด้านประวัติศาสตร์ที่ยาวนานเป็นประเด็นหลักด้วย ปัจจุบันมีโรงแรมเพียง 8 แห่งเท่านั้นในฝรั่งเศสที่ได้รับเครื่องหมายมาตรฐานระดับพระราชวัง และโรงแรมจะถูกตรวจสอบจากคณะกรรมการทุก ๆ 5 ปี หากพบว่ามาตรฐานบกพร่องหรือตกต่ำลง หน่วยงานผู้ออกมาตรฐานสามารถยึดเครื่องหมายสำคัญนี้คืนได้

ตัวอย่างโรงแรมหรูในประเทศไทยที่ให้บริการระดับ 5 ดาว หรือโรงแรมที่ให้บริการมูลค่าสูงในประเทศไทย



ภาพที่ 6 โรงแรมศรีพันวา ภูเก็ต (Sri Panwa Phuket Villas)

ที่ตั้ง: 88 หมู่ 8 ถนนศักดิเดช ตำบลวิชิต อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต 83000

เว็บไซต์: www.sripanwa.com



ภาพที่ 7 โรงแรมรายาวดี กระบี่ (Rayavadee Hotel)

ที่ตั้ง: 214 หมู่ 2 ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ 81000

เว็บไซต์: www.rayavadee.com



ภาพที่ 8 เดอะ นาคา ภูเก็ต วิลล่า (The Naka Phuket Villa)

ที่ตั้ง: 1/18, 1/20 หมู่ 6 กมลา กระบี่ ภูเก็ต 83150

เว็บไซต์: www.thenakaphuket.com



ภาพที่ 9 โรงแรมแมนดาริน โอเรียนเต็ล กรุงเทพฯ (Mandarin Oriental Hotel)

ที่ตั้ง: 48 ซอย โอเรียนเต็ล อเวนิว แขวง บางรัก เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500

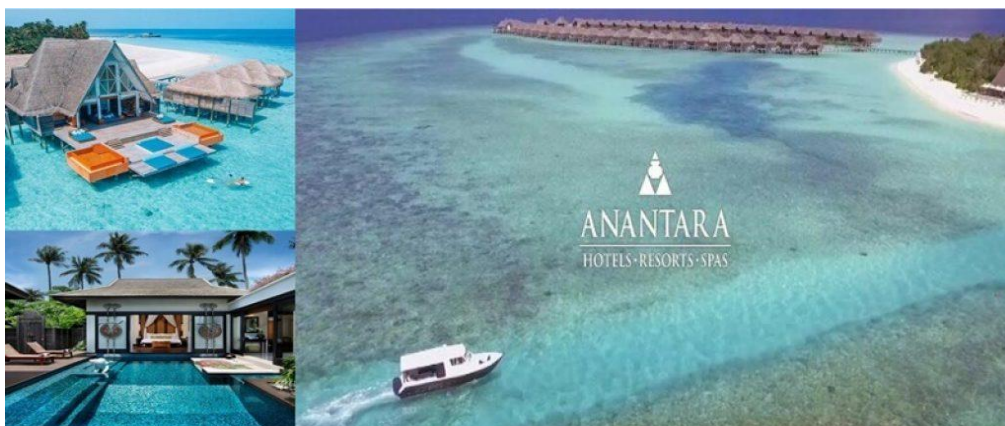
เว็บไซต์: www.mandarinoriental.com



ภาพที่ 10 โรงแรมโอคุระ เพรสทีจ กรุงเทพฯ (The Okura Prestige Bangkok)

ที่ตั้ง: 57 ถนนวิฑู, ลุมพินี, ปทุมวัน, กรุงเทพฯ 10330

เว็บไซต์: www.okura-nikko.com



ภาพที่ 11 อนันตรา ไม้ขาว ภูเก็ต วิลล่า (Anantara Phuket Villas)

ที่ตั้ง: 888 หมู่ 3 ตำบล ไม้ขาว อำเภอถลาง ภูเก็ต

เว็บไซต์: www.anantara.com



ภาพที่ 12 โฟร์ซีซั่นรีสอร์ท เชียงใหม่ (Four Seasons Resort Chiang Mai)

ที่ตั้ง: 502 หมู่ 1 ถนนแม่ริม-สะเมิงเก่า เชียงใหม่ 50180

เว็บไซต์: www.fourseasons.com/chiangmai



ภาพที่ 13 ภูเก็ตเบย์ อะ ริทซ์-คาร์ลตัน รีเสิร์ฟ (Phulay Bay, A Ritz Carlton Reserve)

ที่ตั้ง: 111 หมู่ 3, ตำบล หนองทะเล, อำเภอ เมือง, คลองม่วง/หาดทับแขก, กระบี่, ประเทศไทย, 81000

เว็บไซต์: www.ritzcarlton.com

แนวคิดและหลักการประเมินค่างาน

การวิเคราะห์งาน

การวิเคราะห์ (analysis) หมายถึงการจำแนกแยกแยะองค์ประกอบออกมาใคร่ครวญหาเหตุปัจจัยของสิ่งของหรือเรื่องราวต่าง ๆ ดังนั้นการวิเคราะห์งานจึงหมายถึงการแยกแยะงานตั้งแต่ระดับองค์กรจนถึงระดับงานที่ผู้ปฏิบัติงานต้องปฏิบัติในแต่ละตำแหน่งงาน อธิบายขยายความหมายถึงการพิจารณาข้อมูลข่าวสารของงานทั้งในภาพใหญ่ระดับองค์กร เช่น เป็นกิจการงานประเภทใด มีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร ส่วนใหญ่แล้วจะดูที่เป้าประสงค์ขององค์กร ดูการจัดแบ่งหน้าที่การทำงานและความรับผิดชอบโดยพิจารณาจากโครงสร้างองค์กร โครงสร้างตำแหน่ง จนถึงการพิจารณางานแต่ละตำแหน่งในระดับผู้ปฏิบัติโดยดูจากกระบวนการปฏิบัติงาน ซึ่งจะถูกกำหนดไว้ในคำบรรยายรายละเอียด ลักษณะงานและจากการกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่เหมาะสมกับตำแหน่งงาน ซึ่งหลายคนเข้าใจผิดคิดว่าการวิเคราะห์งาน มีขอบเขตเพียงการพิจารณาแค่รายละเอียดลักษณะงานที่กำหนด และลักษณะเฉพาะของงานที่ส่วนใหญ่ดูเพียงคุณสมบัติของผู้ที่เหมาะสมที่จะปฏิบัติงานในตำแหน่งนั้น ๆ เท่านั้น ซึ่งไม่ถูกต้อง

การวิเคราะห์งาน เป็นเทคนิคที่ช่วยทำให้เราทราบว่างานทั้งหมดในองค์กรมีการจำแนกเป็นกี่สายงาน กี่กลุ่มงาน กี่ตำแหน่งงาน แบ่งการบังคับบัญชาเป็นกี่ระดับ (ดูโครงสร้างองค์กรประกอบ) ในแต่ละตำแหน่งงานมีหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างไร กล่าวคือ ลำดับแรกของการวิเคราะห์จะต้องเข้าใจลักษณะงานและประเภทกิจการขององค์กรเสียก่อน โดยหลักการพื้นฐานแล้วงานของ

องค์กรแบ่งออกเป็น 2 หน้าที่ คือหน้าที่ผลิต (Line function) และหน้าที่สนับสนุน (Staff function) แต่ละหน้าที่แบ่งงานออกเป็นกลุ่ม (Job family) นั้น ขึ้นอยู่กับธรรมชาติของลักษณะงาน กล่าวคือ การจัดกลุ่มงานต้องยึดโยงกับลักษณะและประเภทของธุรกิจ

เมื่อได้ภาพดังกล่าวแล้ว ลำดับต่อไปจะต้องวิเคราะห์จำแนกแจกแจงให้ได้ว่า งานเหล่านั้นควรมีทั้งหมดกี่ตำแหน่งงานและแต่ละตำแหน่งมีกระบวนการปฏิบัติงานอย่างไร งานแต่ละตำแหน่งต้องอาศัยผู้ที่มีคุณสมบัติขั้นต่ำด้านใดจึงเหมาะสมที่จะทำงานในหน้าที่ความรับผิดชอบในงานดังกล่าวได้ ซึ่งจะมีลักษณะเฉพาะของงานในที่มีคุณสมบัติดังกล่าวจึงจะสามารถปฏิบัติงานในตำแหน่งเหล่านั้นได้ ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นประโยชน์ในการสรรหา (Recruitment) ว่าจ้าง (Hire) และการบรรจุ (Placement) รวมทั้งต้องคิดต่อว่ามีตำแหน่งใดบ้างที่มีอำนาจในการตัดสินใจในเรื่องของการสรรหา การคัดเลือก การบรรจุแต่งตั้ง การกำหนดเงินเดือน การฝึกอบรม และหน้าที่อื่นในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ข้อมูลข่าวสารดังกล่าวต้องยึดโยงกับโครงสร้างตำแหน่งอยู่ตลอดเวลา

ข้อมูลเหล่านี้เป็นการดำเนินการบนสมมุติฐานและประสบการณ์ของฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ จึงจะทำให้งานสมบูรณ์มีความน่าเชื่อถือมากขึ้นด้วยเหตุนี้บางครั้งอาจจำเป็นต้องทำการสอบถามผู้ครองตำแหน่งงานภายในองค์กรว่า ตำแหน่งงานที่พนักงานถือครองมีส่วนในการตัดสินใจและเป็นการตัดสินใจในเรื่องใดบ้าง ทั้งนี้เพื่อยืนยันว่างานที่วิเคราะห์แจกแจงออกมานั้นล้วนแล้วแต่มีระดับอำนาจของการตัดสินใจ (โดยตรงหรือโดยอ้อม) ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจได้ว่า โครงสร้างตำแหน่งที่วางไว้นั้นรองรับงานทั้งหมดขององค์กรอย่างไ้ก็ดี การจัดทำโครงสร้างค่าจ้างเงินเดือนและค่าตอบแทนนั้น จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์งานและประเมินค่างานก่อน มิฉะนั้นแล้วจะทำให้ได้โครงสร้างค่าจ้างเงินเดือนและค่าตอบแทนที่ไม่เหมาะสมกับค่าของงาน

กระบวนการประเมินค่างาน

เมื่อผ่านขั้นตอนการวิเคราะห์งานแล้ว ทำให้ทราบว่าตำแหน่งงานทั้งหมดในองค์กร ตำแหน่งแต่ละตำแหน่งมีภาระหน้าที่อย่างไร มีลักษณะเฉพาะของงานอย่างไรและลักษณะเฉพาะดังกล่าวต้องให้ผู้ที่มีคุณสมบัติอย่างไรในการปฏิบัติงาน เมื่อได้ข้อมูลดังนี้แล้ว ปัญหาที่ตามมาคือจะทำให้ทราบได้อย่างไรว่า ตำแหน่งงานมีค่างานเป็นอย่างไร มีขอบเขตงานเพียงใดและควรจ่ายเงินเดือนและค่าตอบแทนเท่าใดจึงจะเหมาะสม และเมื่อเทียบกับตลาดแล้วแข่งขันได้หรือไม่อย่างไร เหล่านี้เป็นคำตอบที่ได้จากกระบวนการประเมินค่างาน

การประเมินค่างานเป็นกระบวนการในการกำหนดค่าจ้างเงินเดือนและค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับความง่าย-ยากของงาน ทำอย่างไรถึงจะทราบได้ว่างานแต่ละตำแหน่งนั้นมีค่างานเท่าใด และค่างานที่กำหนดนั้นเป็นที่ยอมรับทั้งนายจ้างผู้ประกอบการและพนักงานลูกจ้าง

ในการประเมินค่างานนอกจากใช้กระบวนการความคิดของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ยังต้องใช้กระบวนการความคิดทางคณิตศาสตร์และสถิติศาสตร์เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์และจัดระดับค่างาน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการจ่ายค่าจ้างเงินเดือนและค่าตอบแทน กระบวนการดังกล่าวจึงทำให้การประเมินค่างานมีความเป็นจริงสมารถเพื่อใช้ในการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ (Realization) ทั้งนี้เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ในการจัดสรรเงิน ประโยชน์ตอบแทนอื่นขององค์กร ได้อย่างเป็นธรรมอันเป็นการสร้างแรงจูงใจพนักงานในการปฏิบัติหน้าที่

โครงสร้างองค์กรและการกำหนดหน้าที่ของตำแหน่งงาน

ก่อนที่จะดำเนินการประเมินค่างาน จะต้องมั่นใจว่าโครงสร้างองค์กรมีความเหมาะสมกับรูปแบบการบริหารงานขององค์กรแล้ว และต้องมั่นใจว่าโครงสร้างองค์กรควรมีความคงที่ในระยะหนึ่งมิใช่ประเมินค่างานในขณะที่โครงสร้างองค์กรยังไม่ลงตัว โครงสร้างองค์กรจะบ่งบอกถึงขอบเขตหน้าที่ของกลุ่มงาน สายการบังคับบัญชา และระดับของการบังคับบัญชา รวมทั้งการจัดสรรทรัพยากรอื่นจะเป็นพื้นฐานในการจัดทำโครงสร้างตำแหน่ง และประเมินค่างาน เป็นลำดับถัดไป

1. แนวคิดการกำหนดตำแหน่งงานในองค์กร

ตำแหน่งงานต้องสะท้อนถึงลักษณะงานขององค์กรด้วย กล่าวคือเป็นตำแหน่งงานสายงานผลิตตำแหน่งงานสายงานสนับสนุน ตำแหน่งงานของสายงานผลิตมักจะสะท้อนให้เห็นลักษณะหรือประเภทธุรกิจขององค์กร เช่น พนักงานวิเคราะห์สินเชื่อ ส่วนใหญ่แล้วจะทำงานอยู่ในธุรกิจการเงิน การธนาคารหรือตำแหน่งบรรณาธิการ จะทำงานอยู่ในธุรกิจสื่อสารมวลชน เป็นต้น ส่วนพนักงานสายงานสนับสนุนมักจะใช้ชื่อตำแหน่งที่เป็นการทั่วไปสามารถใช้ได้กับทุกธุรกิจ เช่น พนักงานบุคคล พนักงานบัญชี พนักงานการเงิน เหล่านี้ เป็นต้น

ตำแหน่งงานในองค์กร จะมีการแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน อย่างใกล้ชิด ได้แก่

ลักษณะแรก ตำแหน่งงานทางองค์กร (Corporate title) จะเป็นตำแหน่งที่สื่อถึงโครงสร้างอำนาจ สายความก้าวหน้า ลำดับการบังคับบัญชา เช่น ผู้จัดการส่วน ผู้อำนวยการฝ่าย หัวหน้าแผนก พนักงาน ลูกจ้าง เป็นต้น ตำแหน่งดังกล่าวยังไม่ได้สื่อให้ทราบว่ามีหน้าที่ความรับผิดชอบด้านใด ยังไม่อาจเรียกได้ว่าเป็นตำแหน่งงานที่สมบูรณ์เพราะขาดมิติของความรับผิดชอบในหน้าที่ ในการออกแบบเพื่อจัดโครงสร้างทางการบริหาร เราต้องใช้ตำแหน่งทางองค์กรเป็นมาตรฐานเพื่อกำหนดค่างานในมิติอำนาจการตัดสินใจและความรับผิดชอบ

ลักษณะที่สอง ตำแหน่งงานตามหน้าที่ (Functional title) ตำแหน่งงานประเภทนี้จะสื่อถึงสายอาชีพ และบ่งบอกหน้าที่การงานรวมทั้งความชำนาญ เมื่อนำไปผนวกกับตำแหน่งทางองค์กร ทำให้เราทราบถึงอำนาจหน้าที่งานและขอบเขตภาระหน้าที่ของผู้ดำรงตำแหน่งนั้น เช่น ผู้จัดการส่วน

บัญชีและการเงิน ทำให้ทราบว่าผู้ที่ดำรงตำแหน่งงานนี้ ทำหน้าที่ในการจัดการระบบบัญชีของบริษัท ผู้จัดการส่วนทรัพยากรบุคคล ทำให้ทราบว่าทำหน้าที่ในการบริหารงานบุคคลขององค์กร เหล่านี้เป็นต้น

ดังนั้นในการจัดวางตำแหน่งงานขององค์กร ต้องยึดตำแหน่งทางองค์กรเป็นหลัก และเมื่อกำหนดเป็นโครงสร้างมาตรฐานแล้ว สามารถที่จะเอาหน้าที่งาน (Function) ที่มีอยู่ในองค์กรไปผนวกเข้าภายหลัง และเมื่องานหน้าที่อื่นขยายมากขึ้นก็ไม่จำเป็นต้องปรับสร้างโครงสร้างตำแหน่งใหม่เสมอไป โดยให้ดูว่าตำแหน่งงานใหม่อยู่ในลำดับการบังคับบัญชาใด ควรจัดอยู่ในลำดับนั้น

2. การกำหนดระดับความสูงต่ำของตำแหน่งงาน

การกำหนดตำแหน่งงานนอกจากสะท้อนถึงลักษณะและประเภทของธุรกิจแล้วยังบ่งบอกถึงขอบเขตอำนาจหน้าที่ที่รับผิดชอบ รวมทั้งยังบ่งบอกถึงศักดิ์ศรีหรือสถานภาพทางสังคมด้วย เช่น ตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ จะทำให้ทราบว่ารับผิดชอบในการบริหารจัดการงานทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร ทำให้ทราบว่ารับผิดชอบทั้งงานทรัพยากรบุคคล งานธุรการ งานจัดซื้อจัดจ้าง เป็นต้น ซึ่งมีขอบข่ายมากกว่างานบริหารทรัพยากรมนุษย์

ลำดับสูงต่ำของตำแหน่งงานขึ้นอยู่กับปรัชญาการบริหารงานที่แสดงผ่านการจัดรูปแบบโครงสร้างองค์กร กล่าวคือถ้าเป็นโครงสร้างองค์กรแบบสูง จะมีตำแหน่งงานที่บ่งบอกอำนาจมีจำนวนมาก และสายการบังคับบัญชายืดยาวลดหลั่นกันเป็นลำดับ แต่ถ้าเป็นองค์กรแบบราบ ตำแหน่งงานที่แสดงถึงอำนาจมีจำนวนไม่มากและสายการบังคับบัญชาก็จะสั้น ลำดับสูงต่ำของตำแหน่งก็จะถูกจัดวางรองรับอำนาจและสายการบังคับบัญชาดังกล่าว

3. การออกแบบโครงสร้างองค์กร

การออกแบบโครงสร้างองค์กร (Organization design) นับว่ามีความสำคัญมาก เป็นหลักการเบื้องต้นในการจัดสรรหน้าที่ความรับผิดชอบ การมอบหมายงาน การบังคับบัญชา และการประสานงาน รวมทั้งเป็นการจัดการทรัพยากรที่มีจำกัดขององค์กร ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยจะต้องพิจารณาในด้านความพร้อม ความขาดแคลน จุดอ่อน จุดแข็ง ของทรัพยากรขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นกำลังคน ความรู้ ความสามารถ ทักษะ เงินทุน วัสดุอุปกรณ์ เครื่องไม้เครื่องมือ เทคโนโลยี จะต้องผสมผสานกันอย่างเหมาะสมเพื่อสามารถปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุเป้าประสงค์ (วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย) ขององค์กร

การออกแบบโครงสร้างองค์กรมีอยู่หลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับลักษณะธุรกิจขององค์กร บริษัทหรือความต้องการขององค์กร และยังอาศัยประสบการณ์ของการบริหารงานขององค์กร กล่าวคือ การจัดองค์กรมักจะยึดติดกับรูปแบบเดิม ๆ บ่อยครั้งจะพบผู้บริหารรุ่นหลัง ๆ ไม่กล้าที่จะปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรให้เป็นรูปแบบใหม่ เพราะเกรงกระทบต่ออำนาจและผลประโยชน์ของ

ผู้บริหารคนอื่น ๆ ทางออกในการออกแบบโครงสร้างองค์กรจึงยังต้องคำนึงถึงประสบการณ์ทางการบริหารงานขององค์กรด้วย รวมทั้งความคุ้นเคยของผู้บริหารและพนักงาน ด้วยเหตุผลต้องการประนีประนอม ระหว่างผู้บริหารและพนักงาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

เมื่อนักวิจัยเชิงปริมาณต้องการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เช่น การวิเคราะห์แบบสอบถามแบบปลายเปิดจะใช้วิธีการวิเคราะห์ที่เรียกรวมว่า “การวิเคราะห์เนื้อหา” (Content analysis) ซึ่งมีที่มาจากวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาที่ปรากฏในสื่อมวลชนต่าง ๆ แต่สำหรับนักวิจัยเชิงคุณภาพนั้น การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นกระบวนการทำงานที่ต่อเนื่อง ซึ่งเกิดขึ้นตั้งแต่เมื่อนักวิจัยเริ่มต้นเก็บข้อมูล จนถึงเมื่อสิ้นสุดการเก็บข้อมูลขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพอาจแบ่งเป็น 5 ขั้นตอนใหญ่ ได้แก่

1. การจัดระเบียบข้อมูล
2. การทำดัชนีหรือกำหนดรหัสข้อมูล
3. การกำจัดข้อมูลหรือสร้างข้อสรุปชั่วคราว
4. การสร้างบทสรุป
5. การพิสูจน์ความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์แต่ละขั้นตอนมีรายละเอียด ดังนี้ (รัตนะบัวสนธ์, 2551)

ขั้นตอนที่ 1 การจัดระเบียบข้อมูล

การจัดระเบียบข้อมูล คือการทำให้ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาอยู่ในสภาพที่สะดวกและง่ายต่อการนำไปวิเคราะห์ซึ่งการจัดระเบียบข้อมูลนี้จะกระทำเมื่อนักวิจัยอยู่ในสนามการวิจัยและได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลมาได้ระยะเวลาหนึ่งจนกระทั่งเห็นว่าข้อมูลมีมากพอจึงควรเริ่มทำการจัดระเบียบข้อมูลนั้น ๆ การจัดระเบียบข้อมูลอาจจัดตามระบบหรือตามเกณฑ์ประเภทของข้อมูล เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับครอบครัวของผู้ปกครองนักเรียนประวัตินักเรียน ผู้บริหารโรงเรียน ครูกิจกรรม การเรียนการสอน ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน เป็นต้น หรืออาจจัดระเบียบข้อมูลโดยอาศัยระบบหรือหลักเกณฑ์ที่มาของข้อมูล เช่น ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการสัมภาษณ์และจากเอกสาร เมื่อจัดระเบียบข้อมูลตามระบบหรือหลักเกณฑ์ที่กล่าวแล้วนักวิจัยจะต้องจัดเก็บข้อมูลที่จัดระเบียบแล้วนี้ไว้ในแฟ้มเอกสารหรือจัดทำเป็นแฟ้มแล้วบันทึกไว้ในระบบคอมพิวเตอร์

ขั้นตอนที่ 2 การทำดัชนีหรือกำหนดรหัสของข้อมูล

การทำดัชนีหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การกำหนดรหัสของข้อมูล (Coding) นั้นเป็นการจัดระเบียบทางเนื้อหาซึ่งต่างจากจัดระเบียบข้อมูลในขั้นตอนที่ 1 ที่เป็นการจัดข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่

หรือเป็นประเภทตามข้อมูลที่เก็บรวบรวมมา หรือเรียกว่าการจัดระเบียบข้อมูลทางกายภาพ แต่การทำดัชนีข้อมูลหรือกำหนดรหัสข้อมูลนั้น คือการจัดข้อมูลโดยใช้ คำหลักซึ่งอาจมีลักษณะเป็นวลีหรือข้อความหนึ่งมาแทนข้อมูลที่บันทึกไว้ในบันทึกภาคสนามส่วนที่เป็นการบันทึกพรรณนา หรือบันทึกพรรณนาส่วนนั้นเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไรคำหลัก (วลีหรือข้อความ) ที่กำหนดขึ้นนั้นจะมีลักษณะเป็นมโนทัศน์ (Concept) ซึ่งมีความหมายแทนข้อมูลบันทึกละเอียดส่วนนั้น

การจัดทำดัชนีหรือกำหนดรหัสของข้อมูลนั้น นักวิจัยสามารถทำได้สองลักษณะคือจัดทำไว้ล่วงหน้าก่อนเข้าสนามวิจัย และจัดทำตามข้อมูลที่ปรากฏในบันทึกภาคสนาม หรือบางครั้งเรียกว่าการจัดทำดัชนีข้อมูลแบบนิรนัย (Deductive coding) และแบบอุปนัย (Inductive coding) การกำหนดดัชนีหรือกำหนดรหัสของข้อมูลไว้ล่วงหน้าก่อนเข้าสนามวิจัยหรือแบบการกำหนดดัชนีแบบนิรนัย นักวิจัยจะพิจารณาจากกรอบแนวคิดทฤษฎีปัญหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัยว่างานวิจัยต้องการศึกษาหาคำตอบให้กับปัญหาใดและปัญหาดังกล่าวนักวิจัยอาศัยแนวคิดหรือทฤษฎีใด ๆ รองรับหรือช่วยชี้แนวทางวิจัยใดบ้าง เช่น นักวิจัยต้องการศึกษาสภาพและปัญหาในการจัดการเรียนการสอนของครู นักวิจัยก็จำเป็นต้องศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนของครูมาเป็นพื้นฐานกำหนดแนวทางการศึกษาปัญหาวิจัยนี้และอาจกำหนดดัชนีหรือจัดทำบัญชีดัชนีที่เกี่ยวกับสภาพการจัดการเรียนการสอนของครูไว้ล่วงหน้า เช่น การเตรียมการสอน การจัดทำแผนการสอน เทคนิคการสอน สื่อการเรียนการสอน การวัดและประเมินผล เป็นต้น และนอกจากนี้การจัดทำดัชนีหรือบัญชีดัชนีแล้ว นักวิจัยอาจนำดัชนีเหล่านี้ไปเป็นแนวทางในการกำหนดประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์หรือกำหนดกรอบการสังเกต

เมื่อนักวิจัยได้บัญชีคำหลักแล้ว งานต่อไปที่ต้องทำคือทำให้ความหมายคำหลัก (วลีหรือข้อความ) นั้นมีความหมายว่าอย่างไรครอบคลุมในเรื่องอะไรบ้างการให้ความหมายเพื่ออธิบายคำหลักนี้ว่ามีความสำคัญมาก เพราะจะทำให้ให้นักวิจัยสามารถนำคำหลักเหล่านี้ไปใช้กำหนดทดแทนข้อมูลที่บันทึกไว้ตรงกับความหมายที่ให้ แต่อย่างไรก็ตามทั้งคำหลักและคำอธิบายนี้นักวิจัยอาจจำเป็นต้องปรับปรุงใหม่เมื่อเข้าไปเก็บข้อมูลในสนามวิจัย ถ้าพบว่าชื่อเรียกคำหลักและความหมายของคำหลักที่นักวิจัยกำหนดไว้นี้ไม่ตรงกับบุคคลในสนามการวิจัยเรียกและให้ความหมาย นักวิจัยต้องปรับปรุงคำให้ตรงตามทัศนะของคนในสนามวิจัย เช่น คำว่า “การจัดการเรียนการสอน” ที่นักวิจัยทำไว้ล่วงหน้าและหมายถึงกิจกรรมทุกอย่างที่ครูจัดให้นักเรียนได้เรียนรู้ แต่เมื่อนักวิจัยเข้าไปเก็บข้อมูลในโรงเรียนอาจพบว่าทางโรงเรียนใช้คำว่า “สอนหนังสือ” ซึ่งหมายถึงการที่ครูคนใดคนหนึ่งทำการสอนอยู่ในชั้นเรียนเท่านั้น ไม่รวมถึงการพานักเรียนไปเรียนรู้จากแหล่งวิทยาการเรียนรู้ในชุมชน

สำหรับการจัดทำดัชนีหรือกำหนดรหัสข้อมูลแบบอุปนัยนั้น จะกระทำภายหลังจากที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และบันทึกไว้ในบันทึกภาคสนามแล้ว นักวิจัยเพียงแต่อ่านข้อมูลบันทึกไว้แล้ว

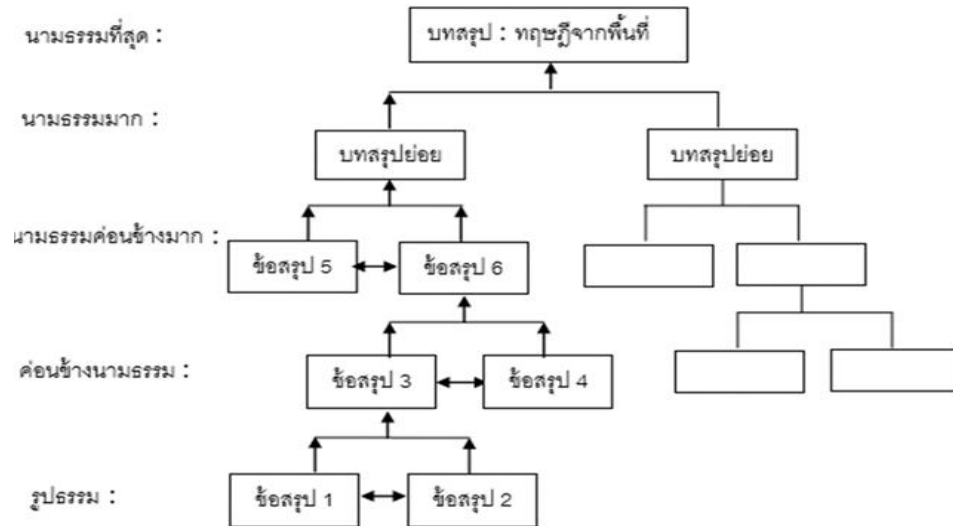
พิจารณาว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร หลังจากนั้นก็กำหนดคำหลักซึ่งอาจเป็นวลีหรือข้อความที่มีความหมาย หรือมีลักษณะเป็นมโนทัศน์แทนข้อมูลชุดดังกล่าว โดยอาจนำไปใส่ไว้ในที่ว่างข้าง ๆ ข้อมูลชุดนั้น แล้วโยงเป็นลูกศรเชื่อมระหว่างคำหลักกับข้อมูลชุดนั้น ๆ

ขั้นตอนที่ 3 การกำจัดข้อมูลหรือสร้างข้อสรุปชั่วคราว

ในขั้นตอนนี้คือการสรุปเชื่อมโยงดัชนีคำหลักเข้าด้วยกันภายหลังจากผ่านกระบวนการทำดัชนีหรือกำหนดรหัสข้อมูลแล้ว การเชื่อมโยงคำหลักเข้าด้วยกันนี้จะเขียนเป็นประโยคข้อความที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างคำหลัก และจากการเชื่อมโยงดัชนีคำหลักในตัวอย่างเข้าด้วยกันจะเห็นว่าทำให้ข้อมูลในส่วนที่เป็นบันทึกละเอียดที่มีอยู่มากนั้น ถูกลดทอนหรือตัดทิ้งไปจนกระทั่งเหลือเฉพาะประเด็นหลัก ๆ ที่นำมาผูกโยงกันเท่านั้นซึ่งทำให้ข้อมูลมีความกระชับชัดเจนมากขึ้น

ขั้นตอนที่ 4 การสร้างบทสรุป

ในขั้นตอนการสร้างบทสรุปก็คือ การเขียนเชื่อมโยงข้อสรุปชั่วคราวที่ผ่านการตรวจสอบยืนยันแล้วเข้าด้วยกัน การเชื่อมข้อสรุปชั่วคราวนั้นจะเชื่อมโยงตามลำดับข้อสรุปแต่ละข้อสรุปเป็นบทสรุปย่อยและเชื่อมโยงบทสรุปย่อยแต่ละบทสรุปเข้าด้วยกันนี้เป็นบทสรุปสุดท้าย การเชื่อมโยงแต่ละครั้งจะพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลที่สรุปว่า ข้อมูลชุดใดสัมพันธ์กับข้อมูลชุดใด และสัมพันธ์ในลักษณะ “เป็นส่วนหนึ่ง” หรือ “อยู่ภายใต้ข้อมูลชุดใด” นั่นคือการเชื่อมโยงจัดลำดับข้อสรุปและบทสรุปย่อยเข้าด้วยกันนั้นจะมีลักษณะลดหลั่นตามลำดับชั้นความสัมพันธ์ (Hierarchy) จนกระทั่งผลสุดท้ายจะได้บทสรุปใหญ่ที่มีความสัมพันธ์ครอบคลุมข้อสรุปและบทสรุปย่อย ๆ ในรูปของข้อความเชิงอธิบาย ที่มีลักษณะเป็นนามธรรมสูงกว่าข้อสรุปและบทสรุปย่อย ข้อความที่กล่าวนี้สามารถใช้อธิบายปรากฏการณ์หรือข้อเท็จจริงได้อย่างรอบด้าน ซึ่งแท้ที่จริงแล้วก็คือการสร้างทฤษฎีจากพื้นที่ (Grounded theory) ซึ่งสามารถสรุปเป็นแผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ตามลำดับชั้นการสร้างบทสรุป ได้ภาพดังนี้



ภาพที่ 14 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ตามลำดับชั้นการบทสรุป

ที่มา: รัตนะ บัวสนธ์ (2552)

ขั้นตอนที่ 5 การพิสูจน์ความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์

เพื่อให้บทสรุปดังกล่าวมีความน่าเชื่อถือจึงจำเป็นต้องย้อนกลับไปพิจารณาข้อมูลที่มีลักษณะเป็นรูปธรรม เพื่อพิสูจน์ว่าบทสรุปนั้นสอดคล้องกันหรือไม่ซึ่งโดยทั่วไปแล้วการพิสูจน์บทสรุปก็มักจะเป็นการพิจารณาวิธีการเก็บข้อมูลนั้นว่าดำเนินการอย่างไรรอบคอบหรือไม่เพียงไร และข้อมูลที่เกิดขึ้นได้มานั้นเป็นข้อมูลที่มีคุณภาพน่าเชื่อถือหรือไม่ ทั้งนี้วิธีการพิสูจน์ความน่าเชื่อถือของบทสรุปซึ่งเป็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถกระทำได้โดยการตรวจสอบความเป็นตัวแทนที่ดีของข้อมูลว่าข้อมูลที่เก็บได้มาจากแหล่งบุคคลที่เป็นตัวแทนของกลุ่มบุคคลส่วนใหญ่หรือไม่ หรือว่าได้มาจากบุคคลใดบุคคลหนึ่งเพียงคนเดียว ผู้วิจัยได้รับความไว้วางใจจากผู้ให้ข้อมูลอย่างน้อยเพียงใด นอกจากนี้ยังอาจมีใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลโดยการตรวจสอบผลว่าอาจเกิดขึ้นจากอิทธิพลของนักวิจัยหรือไม่ และการประเมินคุณภาพของข้อมูลโดยในการประเมินคุณภาพของข้อมูลนั้นนักวิจัยสามารถตรวจสอบความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีง่าย ๆ โดยการตั้งคำถามกับตนเองเกี่ยวกับคุณภาพของข้อมูลที่เก็บรวบรวมและนำมาวิเคราะห์ว่าจัดเป็นข้อมูลอยู่ในกลุ่มใดระหว่างข้อมูลที่ดีมีคุณภาพกับข้อมูลที่ไม่ดีไม่น่าเชื่อถือ

นอกจากนี้การพิสูจน์ความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์ อาจทำได้โดยการทำวิจัยซ้ำซึ่งสามารถทำได้ทำการทำวิจัยซ้ำในเรื่องเดิมสนามวิจัยเดิมหรือเรื่องเดิมในสนามวิจัยใหม่ แต่อย่างไรก็

ตามวิธีการนี้นับเป็นการที่ค่อนข้างยุ่งยากและใช้ทรัพยากรและเวลามาก จึงไม่ค่อยเหมาะสมในกรณีที่นักวิจัยมีทรัพยากรและเวลาในการทำวิจัยอย่างจำกัด

ภายหลังจากที่นักวิจัยได้รับบทสรุปที่ผ่านการพิสูจน์ความน่าเชื่อถือแล้วขั้นตอนต่อไป คือการนำข้อสรุปที่ได้มาเรียบเรียงและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังที่ผู้เขียนได้นำเสนอไว้ในลำดับต่อไป

แนวทางการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพจะมีการนำเสนอข้อมูลและการแสดงข้อมูล เช่นเดียวกับการวิจัยเชิงปริมาณ แต่รูปแบบของการนำเสนอและแสดงข้อมูลมีวิธีการที่แตกต่างกันไป การนำเสนอและการแสดงข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพตามผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถแบ่งได้ออกเป็นรูป 8 แบบ คือ

1. แบบกล่อง (Boxed display)
2. แบบจำลองต้นไม้การตัดสินใจ (Decision tree modeling)
3. แบบผังการไหลของงาน (Flow chart)
4. แบบขั้นบันได (Ladder)
5. แบบแมทริกซ์ (Matrix)
6. แบบเปรียบเทียบ (Metaphorical visual display)
7. แบบปรับปรุงไดอะแกรมของเว็น (Modified venn diagram)
8. แบบแบ่งชั้น (Taxonomy)

ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้นำเสนอและแสดงในรูปแบบต่าง ๆ ในการวิเคราะห์ข้อมูลนี้จะเชื่อมต่อไปยังการนำเสนอผลการวิจัยเชิงคุณภาพในลำดับต่อไป (รัตนะ บัวสนธิ, 2551)

การบรรยายด้วยถ้อยคำ

การนำเสนอผลเชิงบรรยาย ประกอบด้วย 2 ส่วน คือส่วนบรรยายด้วยภาษาและการถ่ายทอดของนักวิจัยเอง (General description) กับการแสดงหลักฐานสนับสนุนจากข้อมูลโดยตรง (Specific description) ซึ่งส่วนที่สองนี้เป็นลักษณะพิเศษของการนำเสนอข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้

1. การใช้ข้อมูลจากปากคำโดยตรง (Direct quotes/ Verbatim)

นักวิจัยเชิงคุณภาพมีวิธีสะท้อนความคิดเห็น หรือความรู้สึกตามทัศนะของคนในได้ตรงที่สุดโดยไม่ผ่านการตีความ เช่น การยกคำพูดโดยตรงไม่ปรับแต่งโดยแสดงเครื่องหมายคำพูดหรือการยกบทสนทนาด้วยเทคนิคต่าง ๆ เช่น การยกคำพูดหนึ่ง ๆ ที่โดดเด่นสะท้อนความรู้สึกนึกคิด การยกคำพูดที่ชี้ให้เห็นความรู้สึกนึกคิดที่หลากหลายของผู้ให้ข้อมูลต่าง ๆ ต่อประเด็นเดียวกัน ซึ่งอาจ

สนับสนุนหรือขัดแย้งกัน การแทรกคำพูดโดยร้อยเรียงไปในส่วนของการวิเคราะห์ตีความของนักวิจัย หรืออาจเป็นการยกบทสนทนาโต้ตอบของกลุ่มตัวอย่าง ดังตัวอย่างการนำเสนอผลการสัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับแนวทางการจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อสืบค้นองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น

2. การบรรยายฉากเหตุการณ์ (Vignettes)

ฉากเหตุการณ์ ได้แก่ สถานการณ์ตัวอย่างจากการสังเกตพบของผู้วิจัยซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลบริบทและบทสนทนาที่เกิดขึ้นจริง เป็นการนำเสนอที่จะช่วยให้ผู้อ่านเห็นภาพความเป็นจริงของ เหตุการณ์ได้ดียิ่งขึ้น แต่มีประเด็นที่ควรระวังคือความเสี่ยงด้านจริยธรรมในการเปิดเผยข้อมูลที่ไม่พึง ประสงค์ของบุคคลหรือกลุ่มคน เพราะข้อมูลบริบทที่นำเสนอในฉากเหตุการณ์อาจมีความ เฉพาะเจาะจงมาก จนละเมิดความเป็นส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล หรืออาจส่งผลกระทบต่อกลุ่ม หรือองค์กรที่เกี่ยวข้องในสถานการณ์นั้น ดังนั้นจึงควรใช้ชื่อสมมติกับองค์กร สถานที่ และบุคคล ใน การนำเสนอผลการวิจัย นอกจากนี้การนำเสนอข้อมูลจากปากคำ ฉากเหตุการณ์ถือเป็นข้อมูลดิบที่ นำมาใช้เสริมการนำเสนอผลวิเคราะห์เป็นการแสดงหลักฐานสนับสนุนการวิเคราะห์ตีความของ นักวิจัย ซึ่งหากเสริมในจุดที่พอดีจะทำให้งานเขียนน่าเชื่อถือนอกจากนี้ยังทำให้งานเขียนมีสีสันชวน อ่าน ในทางตรงข้ามหากเสริมมากเกินไปจะขาดสมดุลระหว่าง “ทัศนะของคนใน” และ “ทัศนะของ คนนอก” เท่ากับว่า นักวิจัยไม่ได้ทำหน้าที่ในการให้ความหมายกับข้อมูลเท่าที่ควร เป็นเพียงการ คัดเลือกข้อมูลมาแสดงมากกว่า เพราะคำพูดที่ยกมากล่าวถึงนั้นโดยลำพังไม่มีความหมายสมบูรณ์ ถ้า ขาดภูมิหลังของผู้พูดหรือสถานการณ์นักวิจัยจึงต้องเชื่อมโยงข้อมูลเหล่านั้นด้วยการบรรยาย

3. การนำเสนอกรณีศึกษาย่อ (Illustrative case)

บางครั้งนักวิจัยต้องการฉายภาพให้ลึกซึ้งเฉพาะประเด็นด้วยการนำเสนอกรณีย่อที่โดดเด่นในแง่ใดแง่หนึ่ง เช่น กรณีที่เป็นตัวอย่างของกรณีศึกษาการนำเสนอกรอบข้อมูลเฉพาะเจาะจงใน กรณีนั้น ๆ ดังตัวอย่างการนำเสนอข้อมูลของครูต้นแบบคนหนึ่งที่เป็นกรณีศึกษา

4. การนำเสนอด้วยภาพวิเคราะห์ (Visual display)

เทคนิคการนำเสนอข้อมูลด้วยภาพ ซึ่งหมายถึง รูปแบบต่าง ๆ ของการนำเสนอ ความสัมพันธ์ของข้อมูล ได้แก่ ตารางความสัมพันธ์ (Matrix) แผนภูมิ (Graph) แผนผังโครงสร้าง (Chart) แผนผังทัศน์ (Concept map) และแผนผังเครือข่าย (Network) การนำเสนอด้วยภาพ ช่วยให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจภาพรวม เน้นประเด็น หรือข้อสรุป แสดงแบบแผนความสัมพันธ์ ระหว่างกลุ่มของข้อมูลตัวแปรได้ชัดเจน ซึ่งประการหลังนี้สำคัญมากสำหรับงานวิจัยที่มีเป้าหมายใน การสร้างทฤษฎีจากข้อมูล

สรุป การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นกระบวนการที่รวมถึงกิจกรรมหลาย ๆ อย่างที่มุ่ง ไปสู่การทำความเข้าใจข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มา ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะมีความน่าเชื่อถือถูกต้อง

สมบูรณ์หรือไม่นั้น นักวิจัยจำเป็นต้องมีการตรวจสอบข้อมูลก่อนที่จะนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อสรุปตีความและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การบรรยายอย่างลุ่มลึกสะท้อนภาพความเป็นจริงให้ผู้อ่านได้สัมผัสมากที่สุด และจากแนวทางการนำเสนอผลการวิจัยเชิงคุณภาพทั้งสองลักษณะนั้นจะพบว่า ไม่ว่าจะนำเสนอข้อมูลเชิงคุณภาพในรูปแบบใด สิ่งสำคัญคือนักวิจัยต้องมีข้อมูลสนับสนุนการตีความซึ่งเปรียบเสมือนการที่นักวิจัยเชิงปริมาณนำเสนอข้อมูลด้วยการบรรยายตามด้วยข้อมูลในตารางทางสถิติหรือแผนภาพทางสถิติ

วิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation)

วิธีการตรวจสอบสามเส้าเป็นวิธีการสำคัญในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล คำว่า “Triangulation” ว่าเป็นศัพท์ซึ่งมีที่มาจากวิธีการสำรวจทางกายภาพโดยเฉพาะในกลุ่มนักเดินเรือกับยุทธศาสตร์การทหาร และวิศวกรช่างสำรวจ ซึ่งกลุ่มคนดังกล่าวใช้เครื่องหมายบอกตำแหน่ง (Marker) โดยการหาพิกัดของตำแหน่งที่ต้องการด้วยการวัดมุมระหว่างตำแหน่งที่อยู่กับจุดอ้างอิงที่ทราบพิกัดอย่างน้อย 2 จุด จุดตัดมุมทั้ง 2 จะเป็นจุดพิกัดที่ทำให้เราทราบตำแหน่งที่อยู่ หากจุดอ้างอิงทั้ง 2 จุด หากไม่มีพิกัดตำแหน่งของจุดที่ต้องการ เราจะไม่สามารถบอกจุดที่แน่นอนได้ บอกได้เพียงความสัมพันธ์ของตำแหน่งที่ต้องการกับจุดอ้างอิงทั้ง 2 เท่านั้น

การตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูล

ในการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณนั้น การตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลที่เก็บรวบรวมสามารถกระทำได้อย่างง่าย ๆ โดยการตรวจสอบดูว่าผู้ตอบได้ตอบคำถามครบถ้วนตามประเด็นข้อคำถามต่าง ๆ ในเครื่องมือฉบับนั้น ๆ หรือไม่ และได้รับข้อมูลกลับมาครบถ้วนตามจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้หรือไม่ หากผู้ให้ข้อมูลทุกคนตอบครบถ้วนทุกข้อคำถามและส่งกลับมาครบหรือเป็นจำนวนมากพอ ข้อมูลที่ได้ก็เหมาะสมเพียงพอที่จะนำไปวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามวิจัยต่อไป แต่สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพนั้นนักวิจัยคือเครื่องมือสำคัญที่ใช้เทคนิควิธีการสังเกตและการสัมภาษณ์เป็นหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งนักวิจัยบางท่านโดยเฉพาะนักวิจัยมือใหม่อาจมีข้อจำกัดเกี่ยวกับทักษะในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนั้นจึงอาจมีความเป็นไปได้ที่ข้อมูลบางส่วนยังขาดหายไปไม่ครบถ้วนสมบูรณ์เพียงพอที่จะนำมาวิเคราะห์ นักวิจัยจึงจำเป็นต้องตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลเสียก่อนโดยข้อมูลที่จะต้องตรวจสอบ ได้แก่ ข้อมูลที่เป็นความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูล และข้อมูลที่เป็นรายละเอียดหรือการบอกเล่าเหตุการณ์ ซึ่งข้อมูลทั้งสองประเภทเป็นข้อมูลที่ได้จากการสังเกตและการสัมภาษณ์เป็นส่วนใหญ่ สำหรับแนวทางการตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูลอาจดำเนินการดังนี้ (รัตนะ บัวสนธ์, 2551)

1. ข้อมูลที่เป็นความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูล ข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์พูดคุยกับผู้ให้ข้อมูลที่ผู้ตอบได้ให้คุณค่าหรือทำการประเมินแล้วจึงตอบออกมา ดังนั้นข้อมูลที่ได้รับจึง

แฝงไปด้วยความคิดเห็นส่วนตัว ค่านิยม ความเชื่อหรือเจตคติของผู้ตอบ ซึ่งบางครั้งอาจไม่ตรงกับความเป็นจริงก็ได้ นอกจากนั้นแล้วคำตอบที่ได้กับพฤติกรรมหรือการปฏิบัติของผู้ตอบ อาจเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์หรือบริบทที่เกี่ยวข้องอีกด้วย นักวิจัยจึงไม่ควรที่จะคาดหวังหรือยอมรับตั้งแต่แรกว่าข้อมูลที่ได้รับนั้นเป็นจริง นักวิจัยควรใช้ข้อมูลเหล่านี้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วน โดยเชื่อมโยงหรือตรวจสอบกับข้อมูลอื่น ๆ ซึ่งในการตรวจสอบข้อมูลเหล่านี้ ผู้วิจัยอาจต้องใช้เวลาและวิธีการต่าง ๆ พอสมควรจึงจะทำให้ได้ข้อมูลหลายด้านมากขึ้น

2. ข้อมูลที่เป็นรายละเอียดหรือบอกเล่าเหตุการณ์ข้อมูลประเภทนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์พูดคุยกับผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบอกเล่าเรื่องราวเหตุการณ์บางอย่างที่เกิดขึ้น ซึ่งข้อมูลดังกล่าวนี้อาจจะคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง หรืออาจได้ข้อมูลเพียงบางส่วนไม่ครบถ้วน เนื่องจากสาเหตุใดสาเหตุหนึ่ง หรือหลายสาเหตุประกอบกัน เช่น สาเหตุประการแรกอาจเกิดจากการที่ผู้เล่าเรื่องราวมิได้ประสบเหตุการณ์ด้วยตนเองหรือจำไม่ได้ว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นอย่างไรกันแน่ จึงเล่าเรื่องราวในลักษณะที่ว่า “คิดว่า” น่าจะเป็นเช่นนั้นซึ่งเป็นการเล่าจาก “ความคิด” มากกว่า “ความจริง” สาเหตุ ประการที่สอง คือเป็นการเล่าเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ๆ ตามการรับรู้หรือการมุ่งให้ความสนใจจากจุดใดจุดหนึ่งโดยเฉพาะของผู้เล่าหรือเล่าเหตุการณ์ตามที่ตนสนใจเท่านั้น และสาเหตุประการที่สาม คือเป็นการเล่าเหตุการณ์ที่ผู้เล่าตั้งใจเล่าให้ผิดจากความจริงตามที่ตนเองต้องการเพื่อประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งจากความผิดพลาดคลาดเคลื่อนเกี่ยวกับคำบอกเล่าเรื่องราวเหตุการณ์ ที่อาจเกิดขึ้นตามสาเหตุดังกล่าว สามารถตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูลด้วยวิธีการดังนี้

วิธีแรก ตรวจสอบโดยผู้วิจัยตั้งคำถามกับตัวเองว่าเรื่องที่ได้รับฟังจากผู้เล่านั้นมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงไร โดยการตั้งข้อสงสัยเพื่อตรวจสอบต่อไปโดยเฉพาะเรื่องราวเหตุการณ์ที่มีลักษณะสุดโต่งหรือแปลกอย่างมาก เช่น ครูคนหนึ่งติดการพนัน ผู้ปกครองทำร้ายร่างกายนักเรียน ผู้ปกครองนักเรียนทำร้ายร่างกายครูคนใดคนหนึ่ง หรือมีนักเรียนขโมยทรัพย์สินของโรงเรียนไปขาย เป็นต้น

วิธีที่สอง ตรวจสอบโดยการพิจารณาจากผู้ให้ข้อมูลหรือตัวผู้เล่าว่าเป็นบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด หรือเป็นบุคคลที่ชอบพูดโกหกพยายามทำตนให้เป็นที่สำคัญเสมอ ถ้าบุคคลดังกล่าวมีลักษณะเช่นนี้ ก็ควรตั้งข้อสงสัยไว้ก่อนเกี่ยวกับเรื่องราวที่ได้รับฟัง เพื่อจะได้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อทำการตรวจสอบต่อไป

วิธีที่สาม การตรวจสอบอคติของผู้เล่าโดยพิจารณาว่าผู้เล่านั้นมีอคติส่วนตัวหรือโน้มเอียงไปในทางใดหรือไม่ ถ้ามีลักษณะเช่นนั้นก็ควรตรวจสอบข้อมูลกับผู้เล่าเหตุการณ์อีกฝ่ายหนึ่งหรือผู้ที่วางตัวเป็นกลางแล้วนำข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลกลุ่มต่าง ๆ มาเปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างในแง่มุมต่าง ๆ จากเรื่องราวเหตุการณ์ที่ได้รับฟัง

จากขั้นตอนการตรวจสอบข้อมูลดังกล่าวจะทำให้ได้ข้อมูลที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์และถูกต้องน่าเชื่อถือ สามารถนำข้อมูลเหล่านั้นไปวิเคราะห์ตามขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเอกสาร (Documentary research)

การวิจัยเอกสาร (Documentary research) ซึ่งเป็นการวิจัยที่สามารถจะทำให้ได้ข้อค้นพบความจริงบางอย่าง ภายในระยะเวลาอันสั้น

ดังที่ทราบแล้วว่า การวิจัยคือความพยายามที่จะแก้ปัญหา เพื่อได้ข้อค้นพบที่เป็นองค์ความรู้ใหม่ ซึ่งในกระบวนการแก้ปัญหาหรือกระบวนการวิจัยทั่วไป ก็อาจใช้เทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสำรวจ การทดลอง การลงพื้นที่ศึกษา การสนทนาหรือการสัมภาษณ์ ที่ผู้วิจัยจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับแหล่งข้อมูลบุคคล อย่างไรก็ตาม การสร้างความรู้ใหม่ไม่ได้เกิดขึ้นจากการศึกษาข้อมูลจากบุคคล ดังที่ใช้อยู่ในการวิจัยทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาเท่านั้น แต่ในเชิงมนุษยศาสตร์หรือศิลปศาสตร์ ยังมีการวิจัยที่ผู้วิจัยสร้างปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ที่มีใช้บุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เอกสารหรือข้อความที่เขียนขึ้นอีกด้วย การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อความรู้ใหม่จากเอกสารต่าง ๆ ดังกล่าวนี้ เป็นที่มาของการวิจัยที่เรียกว่า “การวิจัยเอกสาร”

ความเป็นมาของการวิจัยเอกสาร

การวิจัยเอกสารเป็นการวิจัยประเภทหนึ่งในการวิจัยเชิงบรรยาย ซึ่งเป็นการวิจัยที่มุ่งค้นหาข้อเท็จจริง หรืออธิบายปรากฏการณ์ที่ปรากฏในปัจจุบันว่ามีสภาพความเป็นจริงอย่างไร การวิจัยประเภทนี้สามารถทำได้ในหลายลักษณะ อาจศึกษาแบบสำรวจหรือแบบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือแบบพัฒนาการก็ได้ แต่ผลการวิจัยที่ได้จะต้องสามารถตอบคำถามว่า สภาพการณ์ในปัจจุบันเป็นเช่นไร เมื่อพิจารณาวิธีการศึกษาข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิจัย ซึ่งส่วนใหญ่มาจากการสืบค้นข้อมูลเอกสาร การวิจัยเอกสารจึงเป็นสาขาหนึ่งของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ซึ่งเป็นการศึกษาปัญหาอย่างกว้าง ๆ เพื่อสำรวจหาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพความเป็นจริงหรือลักษณะทั่วไปของสิ่งที่วิจัย โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้ทราบปัญหา อันจะเป็นแนวทางสำหรับแก้ปัญหาทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ลักษณะของการวิจัยเอกสารคือ การสำรวจสภาพความเป็นจริงของเหตุการณ์ทั้งในอดีตและปัจจุบัน โดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารสิ่งพิมพ์ รวมทั้งข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีบุคคลอื่นได้บันทึกหรือตีพิมพ์เผยแพร่ไว้ ซึ่งลักษณะของการค้นคว้าข้อมูลนี้ ได้มีผู้เรียนการวิจัยเอกสารว่าเป็น “การวิจัยห้องสมุด” (Library research) เพราะนักวิจัยไม่ต้องลงพื้นที่สนามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล แต่จะไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งค้นคว้าซึ่งรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ไว้แล้ว โดยทั่วไป

การวิจัยเอกสารเป็นการวิจัยที่มุ่งสำรวจข้อบกพร่องของเนื้อหา กิจกรรม โครงสร้างของหลักสูตร บทเรียน ตำรา กฎหมาย ระเบียบราชการหรือคำสั่ง เป็นต้น เพื่อช่วยในการปรับปรุงให้เหมาะสม อีกทั้งยังทำให้ทราบแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้อีกด้วย

ความหมายของการวิจัยเอกสาร

การวิจัยเอกสารมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่ได้มีการจัดพิมพ์เผยแพร่ไว้อยู่แล้ว ด้วยเหตุนี้ การวิจัยเอกสารจึงเป็นการศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) หลากหลายแหล่ง อย่างไรก็ตาม จากชื่อของการวิจัยเอกสาร อาจจะทำให้เกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนว่าการวิจัยเอกสารเป็นการวิจัยที่ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลเฉพาะข้อมูลในรูปแบบเอกสารหรือสิ่งที่เขียนขึ้นโดยใช้ตัวอักษรเท่านั้น แต่ที่จริงแล้ว การวิจัยเอกสารหมายถึง การแสวงหาคำตอบหรือการสร้างองค์ความรู้ด้วยการใช้หนังสือ (Text) และเอกสาร (Document) นอกจากนี้ยังรวมถึงสื่อในรูปแบบอื่น ๆ เช่น ภาพยนตร์ วิทยทัศน์ ภาพวาด สมุดบันทึก ทั้งที่เป็นสิ่งพิมพ์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Scott, 2006) ด้วยเหตุนี้ คำว่าเอกสารจึงไม่ได้หมายถึงเฉพาะสิ่งพิมพ์เท่านั้น กล่าวโดยสรุป ในทางการวิจัยถือว่า การวิจัยเอกสารเป็นการวิจัยทางสังคมศาสตร์อย่างหนึ่ง (Social research) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร รายงานหรือสื่ออื่น ๆ แล้วเสนอผลการศึกษาในเชิงวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้ ทั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร ผู้วิจัยสามารถใช้ทั้งวิธีเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ส่วนใหญ่แล้วการวิจัยเชิงเอกสารได้รับความนิยมมากในการศึกษาระดับโรงเรียนและระดับมหาวิทยาลัย ซึ่งส่วนใหญ่แล้วมักเขียนในรูปแบบของรายงานการศึกษาค้นคว้าทางวิชาการ ที่มีการศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เป็นเอกสารหรือสื่อต่าง ๆ อย่างหลากหลาย

การศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เป็นเอกสารมีข้อที่ควรพิจารณา ซึ่งนักวิจัยควรกำหนดเป็นแนวทางในการวิจัยก็คือ เอกสารส่วนใหญ่ซึ่งอาจจะเขียนขึ้นโดยบุคคลหรือคณะบุคคลก็ตาม ย่อมต้องมีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายเฉพาะสำหรับเอกสารชิ้นนั้น ตัวอย่างเช่น นวนิยาย ผู้เขียนก็ต้องแต่งขึ้นตามจินตนาการเพื่อนำเสนอสารบางอย่าง โดยมีจุดเน้นเพื่อสร้างความบันเทิงหรือให้ข้อคิด ดังนั้น การนำนวนิยายมาวิเคราะห์ เช่น การวิเคราะห์สภาพสังคม ประวัติศาสตร์ ค่านิยมหรือความเชื่อบางอย่างในนวนิยาย เป็นการวิเคราะห์ทางอ้อม เพราะในนวนิยายอาจจะไม่ได้กล่าวถึงประเด็นเหล่านี้ อย่างชัดเจนนัก วัตถุประสงค์ของเอกสารที่นำมาศึกษากับวัตถุประสงค์ของการวิจัยจึงอาจจะไม่สอดคล้องกัน ดังที่ Mogalakwe (2006) ได้อธิบายในประเด็นนี้สรุปได้ว่า เอกสารแต่ละฉบับนั้นเขียนขึ้นโดยมีเป้าหมายหรืออยู่บนสมมติฐานที่แตกต่างกันไป นอกจากนี้ ยังนำเสนอในวิธีและรูปแบบที่แตกต่างกันไปอีกด้วย การนำข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ มาวิเคราะห์ นักวิจัยจึงต้องให้ความสำคัญ โดยจะต้องสนใจอย่างยิ่งต่อเป้าหมายที่แท้จริงของเอกสาร รวมถึงผู้ที่เป็นผู้ใช้ข้อมูลจากเอกสารนั้นอย่างแท้จริงด้วย

ประเภทของแหล่งข้อมูลเอกสาร

เอกสารที่นำมาใช้ในการศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์และสังเคราะห์ความรู้ใหม่นั้น ตามความหมายของนักวิชาการตั้งที่กล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีได้หมายถึงแต่เฉพาะสื่อที่เป็นอักษรหรือเผยแพร่ด้วยการพิมพ์เท่านั้น สื่อภาพเคลื่อนไหว สื่อเสียง สื่อภาพนิ่ง เหล่านี้ถือเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับการวิจัยเอกสารทั้งสิ้น โดยทั่วไปนักวิชาการได้แบ่งประเภทของเอกสารไว้เป็นสองประเภท ได้แก่ เอกสารขั้นต้นและเอกสารชั้นรอง ซึ่งมีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

1. เอกสารขั้นต้นหรือเอกสารปฐมภูมิ (Primary document) เอกสารขั้นต้น หมายถึง เอกสารที่เขียนขึ้นโดยบุคคลที่เรียกว่า ประจักษ์พยาน (Eye-witness) ที่อยู่ในเหตุการณ์ ณ ขณะที่เหตุการณ์นั้นกำลังเกิดขึ้นจริง ๆ ตัวอย่างเช่น บันทึกทางประวัติศาสตร์ ซึ่งผู้เขียนยังมีชีวิตอยู่ร่วมในเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์นั้น หรือบันทึกส่วนตัว (Diary) ที่ผู้เขียนแสดงความคิดและความรู้สึกของตนเองในบันทึกนั้น ซึ่งหากจะศึกษาบุคคล นักวิจัยก็สามารถศึกษาได้จากบันทึกส่วนตัวของบุคคลที่ตนเองสนใจ เพราะจะทำให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับสิ่งที่ต้องการศึกษามากที่สุด

2. เอกสารชั้นรองหรือเอกสารทุติยภูมิ (Secondary document) เอกสารชั้นรอง หมายถึง เอกสารที่เขียนขึ้นโดยบุคคลที่มีได้เป็นประจักษ์พยานในเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นผู้ที่รับทราบข้อมูลจากประจักษ์พยาน ด้วยการสนทนาหรือการบอกเล่าสืบต่อ ๆ กันมา หรือได้เคยอ่านผลงานการเขียนของประจักษ์พยาน ข้อมูลจากเอกสารชั้นรองนี้จึงอาจจะมีข้อมูลที่คลาดเคลื่อนมากกว่าเอกสารขั้นต้น

นอกจากเกณฑ์การแบ่งตามประสบการณ์หรือการเข้าไปมีส่วนร่วมของผู้เขียนแล้ว เรายังสามารถแบ่งประเภทของเอกสารได้ตามแหล่งผลิตเอกสารฉบับนั้น ๆ ด้วย กล่าวคือ แบ่งเป็นเอกสารสาธารณะและเอกสารส่วนบุคคล ดังนี้

1. เอกสารสาธารณะ (Public document) หมายถึง เอกสารที่เขียนและตีพิมพ์เผยแพร่โดยหน่วยงานสาธารณะ ทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้เพื่อนำเสนอข้อมูล นโยบาย แนวทาง หรือข้อความรู้ต่าง ๆ ตัวอย่างของเอกสารสาธารณะ เช่น กฎหมายในรูปพระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา กฎกระทรวง รายงานประจำปี หรือเอกสารที่แสดงค่าสถิติต่าง ๆ ที่ได้มีการวิเคราะห์ไว้ เอกสารสาธารณะเหล่านี้เป็นเอกสารที่จัดพิมพ์ขึ้นเป็นประจำตามวาระของหน่วยงานราชการ

2. เอกสารส่วนบุคคล (Personal document) หมายถึง เอกสารที่มีได้เผยแพร่ต่อสาธารณะ ซึ่งอาจจะเป็นข้อมูลภายในของหน่วยงาน หรืออาจจะเป็นข้อมูลที่บุคคลเขียนขึ้นจากบันทึกส่วนตัว จดหมายเตือนความจำ หรือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับบุคคลในลักษณะอื่น ๆ เช่น ภาพถ่าย บันทึกทางการแพทย์เกี่ยวกับสุขภาพ บันทึกประจำวัน จดหมายส่วนบุคคล เป็นต้น

เกณฑ์ในการเลือกเอกสาร

ข้อมูลในการวิจัยเอกสารทั้งหมดย่อมได้มาจากการศึกษาจากสื่อเอกสารในลักษณะต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ด้วยเหตุนี้ การคัดเลือกเอกสารเพื่อนำมาวิเคราะห์จึงเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมาก เพราะเอกสารที่เกี่ยวข้องกับประเด็นในการวิจัยย่อมมีมาก อีกทั้งเอกสารบางชนิดยังมีความซับซ้อนของข้อมูล ผู้วิจัยย่อมไม่อาจที่จะศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องได้ครบทุกชิ้น ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีเกณฑ์สำหรับการคัดเลือกเอกสารมาใช้ในการวิจัย ซึ่งเกณฑ์ที่สำคัญประกอบด้วย

1. ความจริง
2. ความถูกต้องน่าเชื่อถือ
3. การเป็นตัวแทน
4. ความหมาย

ซึ่งรายละเอียดเกี่ยวกับเกณฑ์ต่างๆ สรุปได้ดังนี้ (Scott, 1990)

1. ความจริง (Authenticity) หมายถึง ผู้วิจัยจะต้องคัดเลือกเอกสารที่เป็นเอกสารที่แท้จริง (Origin) ซึ่งมีความสำคัญมากต่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ การพิจารณาว่าเอกสารนั้นเป็นเอกสารที่ให้ข้อมูลแท้จริงหรือไม่ จะเกิดขึ้นจากการตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับผู้เขียนหรือหน่วยงานที่เขียนเอกสารว่ามีความน่าเชื่อถือหรือไม่ อย่างไร รวมถึงข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารนั้น สอดคล้องกับข้อมูลในบริบทอื่น ๆ ที่เกิดขึ้น ณ ช่วงเวลาที่มีการเขียนเอกสารนั้นอย่างไร

2. ความถูกต้องน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ผู้วิจัยจะต้องคัดเลือกเอกสารด้วยการพิจารณาว่าเอกสารนั้นจะต้องไม่มีข้อมูลที่ผิดพลาด บิดเบือนหรือคลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดก็คือ เอกสารจำพวกหนังสือพิมพ์หรือบทวิจารณ์ต่าง ๆ เพราะเป็นการเขียนข้อเท็จจริงที่ผู้เขียนได้แสดงความคิดเห็นของตนเองประกอบเข้าไปด้วย ข้อคิดเห็นเหล่านี้ หากผู้วิจัยมิได้สนใจศึกษา อาจจะทำให้มีอิทธิพลที่ทำให้ข้อมูลโดยภาพรวมเกิดการบิดเบือนไป

3. การเป็นตัวแทน (Representativeness) ในการคัดเลือกเอกสาร ผู้วิจัยจำเป็นต้องพิจารณาด้วยว่าเอกสารดังกล่าวมีความเป็นตัวแทนหรือไม่ ในที่นี้ การเป็นตัวแทนมีหลายระดับ ระดับแรก หมายถึง การที่เอกสารนั้นสามารถใช้แทนหรือเป็นแบบฉบับที่แทนเอกสารประเภทเดียวกันได้หรือไม่ และระดับที่สองคือ ข้อมูลในเอกสารที่จะนำมาวิเคราะห์นั้นจะต้องเป็นข้อมูลที่เป็นตัวแทนของประชากรได้ ตัวอย่างเช่น รายงานการวิจัยที่ได้มีการสุ่มตามวิธีวิทยาการวิจัย และใช้สถิติวิเคราะห์ที่ถูกต้อง ย่อมถือว่าข้อมูลหรือผลที่เสนอในงานวิจัยนั้นเป็นตัวแทนข้อมูล ที่จะนำมาวิเคราะห์ต่อได้

4. ความหมาย (Meaning) การใช้เกณฑ์ความหมาย หมายถึง การคัดเลือกเอกสารที่มีความชัดเจนและสามารถที่จะเข้าใจได้ง่าย ผู้วิจัยจะต้องตรวจสอบเอกสารในเบื้องต้น ด้วยการพิจารณาข้อมูลคร่าว ๆ ว่า เอกสารที่นำมาพิจารณานั้น มีข้อมูลใดที่เป็นนัยสำคัญหรือจะสร้าง

ความหมายให้กับการวิจัยหรือไม่ การตีความเอกสารบางประเภท จึงสามารถที่จะตีความทั้งในระดับที่เป็นข้อเท็จจริง ซึ่งก็คือการสรุปสาระสำคัญที่ปรากฏ อีกระดับหนึ่งคือ การตีความข้อมูลที่เป็นนัยที่ซ่อนแฝงอยู่ การตีความนัยค่อนข้างจะทำได้ยาก เพราะต้องอาศัยประสบการณ์ของผู้ตีความ

นอกจากการวิจัยเชิงเอกสารจะได้มีการนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวกับการสังเคราะห์ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงต่าง ๆ เพื่อหาจุดบกพร่องหรือข้อควรปรับปรุงแก่นโยบายหรือโครงการต่าง ๆ แล้ว การวิจัยเชิงเอกสารยังเป็นการวิจัยที่ได้รับความนิยมในการศึกษาปรากฏการณ์ที่เกี่ยวกับความคิด ทรรศนะและค่านิยมของบุคคล ซึ่งปรากฏในงานเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลนั้น ตัวอย่าง เช่น งานวิจัยทางอักษรศาสตร์ ภาษาและวรรณคดีอีกด้วย

ข้อดีของการวิจัยเชิงเอกสารคือ มีขั้นตอนไม่ซับซ้อน ไม่ต้องใช้เครื่องมือหรือทรัพยากรในการวิจัยมาก ประหยัดเวลา และสามารถดำเนินการวิจัยได้อย่างรวดเร็ว เมื่อได้รับเอกสารสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลครบถ้วน อย่างไรก็ตาม การวิจัยเชิงเอกสารย่อมมีข้อจำกัดอันเนื่องมาจากธรรมชาติของการวิจัยเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลที่ต้องอาศัยการตีความ ทั้งนี้เพราะการตีความเป็นพฤติกรรมทางสติปัญญาที่ค่อนข้างเป็นอัตวิสัย (Subjective) กล่าวคือ ผู้วิจัยจะพิจารณาข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มาภายใต้กรอบความรู้ ทักษะและประสบการณ์ของผู้วิจัยเอง ซึ่งผลของการตีความนั้นอาจจะไม่ตรงกับการตีความที่แท้จริงก็เป็นได้ อีกทั้งความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูลในเอกสารที่นำมาวิเคราะห์ก็เป็นตัวแปรสำคัญ ที่ทำให้การวิจัยเชิงเอกสารมีแนวโน้มที่จะทำให้ผู้วิจัยไม่ได้คำตอบของปัญหาตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

การวิจัยขั้นสำรวจ/ การวิจัยเชิงบุกเบิก (Exploratory research)

คือประเภทของการวิจัยที่ปัญหายังไม่ได้รับการนิยามหรือบ่งชี้โดยชัดเจนมาก่อน เป็นการวิจัยที่ต้องการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้น การทบทวนวรรณกรรม และเข้าสู่ปัญหาที่ลึกขึ้นโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อหาข้อเท็จจริงต่าง ๆ เกี่ยวกับเรื่องนั้นเท่านั้น ไม่ได้เกิดจากความคิดผู้วิจัยเอง ไม่มีการตั้งสมมติฐาน และไม่มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลในลักษณะตัวแปรที่แตกต่างกัน ด้วยลักษณะการวิจัยพื้นฐานแบบนี้เอง ที่ได้ผลการวิจัยออกมาบ่อยครั้งว่าปัญหาที่นึกคาดไว้หรือที่ตั้งเป็นสมมติฐานไว้ว่าไม่มีอยู่จริง

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในบทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในหัวข้อวิจัยเรื่อง การปรับตัวของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า เป็นประเภทงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์เป็นการอธิบายระหว่างคนและสังคม โดยสนใจบริบทของสิ่งที่ศึกษา และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ ที่ต้องการตอบคำถามในเชิงลึกโดยไม่ใช้สถิติ เลือกศึกษาวิจัยในแบบการศึกษา (Case study research) แบบการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารหรือการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary research) การวิจัยขั้นสำรวจ/ การวิจัยเชิงบุกเบิก (Exploratory research) และจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ผู้วิจัยสามารถแบ่งข้อมูลวิธีการดำเนินงานวิจัยได้ดังนี้

ฐานข้อมูลของผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลมี 2 ประเภทหลักดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) คือ ผู้ที่เคยเป็นพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่ผันตัวไปปฏิบัติงานในธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง และผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการมูลค่าสูง ในช่วงภาวะการณ์แพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มาจากการวิจัยเชิงเอกสาร โดยการศึกษาและค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการตำรา ตลอดจนผลงานวิจัยประเภทต่าง ๆ รวมทั้ง ข้อมูลจากการค้นคว้าทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ฐานข้อมูลในเว็บไซต์ฐานข้อมูลของบริษัทหรือองค์กรที่ทำธุรกิจให้บริการมูลค่าสูง ฐานข้อมูลเกี่ยวกับการปรับตัวในการทำงาน และฐานข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ แนวคิดการให้บริการมูลค่าสูง และแนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรมนุษย์

ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่ผันตัวไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง และผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการมูลค่าสูงภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า

เทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่างและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive selection) เพราะผู้วิจัยทราบกลุ่มที่แน่ชัดในการเก็บข้อมูล (Known group) คือผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นอดีตพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่ผันตัวไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง และผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการมูลค่าสูงภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า จำนวนรวมทั้งหมด 12 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้ ใช้เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ ในครั้งนี้ประกอบด้วย

1. การวิจัยเชิงเอกสาร ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม ข้อมูลแนวทางหนึ่งโดยการศึกษาและค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการตำรา ตลอดจนผลงานวิจัยประเภท ต่าง ๆ รวมทั้งข้อมูลจากการค้นคว้าทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือข้อมูลที่ได้มาจากเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตเพื่อนำมาใช้ในกระบวนการสร้างพื้นฐานขององค์ความรู้อย่างบูรณาการในทางวิชาการโดยเบื้องต้นก่อนอันเป็นแนวทางประการสำคัญในการนำไปสู่การสร้างเครื่องมือที่สามารถนำไปใช้ในกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลทางวิชาการที่มีประสิทธิภาพต่อไป

2. การวิจัยขั้นสำรวจ/ การวิจัยเชิงบุกเบิก คือประเภทของการวิจัยที่ปัญหา ยังไม่ได้รับการนิยามหรือบ่งชี้โดยชัดเจนมาก่อน เป็นการวิจัยที่ต้องการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้น การทบทวนวรรณกรรม และเข้าสู่ปัญหาที่ลึกขึ้นโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อหาข้อเท็จจริงต่าง ๆ เกี่ยวกับเรื่องนั้นเท่านั้น ไม่ได้เกิดจากความคิดผู้วิจัยเอง ไม่มีการตั้งสมมติฐาน และไม่มีทฤษฎีเปรียบเทียบข้อมูลในลักษณะตัวแปรที่แตกต่างกัน ด้วยลักษณะการวิจัยพื้นฐานแบบนี้เองที่ได้ผลการวิจัยออกมาบ่อยครั้งว่า ปัญหาที่นึกคาดไว้หรือที่ตั้งเป็นสมมติฐานไว้ว่าไม่มีอยู่จริง

3. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์ข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ระบุตัวตนผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่ผันตัวไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง และผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า

ขั้นตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการปรับตัวของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน เพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า ตามทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการปรับตัว

ในการทำงาน และทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการบริการและแนวคิดการให้บริการมูลค่าสูง และผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า

ขั้นตอนที่ 3 แบบสัมภาษณ์ปลายเปิด ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีการปรับตัวจากการปฏิบัติหน้าที่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูงอื่น ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า ในเรื่องใดมากที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องที่สำคัญกับงานวิจัยการปรับตัวของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า โดยมีขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า
2. ศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจบริการมูลค่าสูง คุณภาพการบริการ และทรัพยากรมนุษย์
3. วิเคราะห์ทฤษฎีที่เหมาะสมต่อหัวข้องานวิจัยดังนี้
 - 3.1 ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการปรับตัวในการทำงาน
 - 3.2 ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการบริการและแนวคิดการให้บริการมูลค่าสูง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารระดับทฤษฎีตามแนวทางของ Scott (1990) ซึ่งมีหลักเกณฑ์ ในการคัดเลือกเอกสารที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

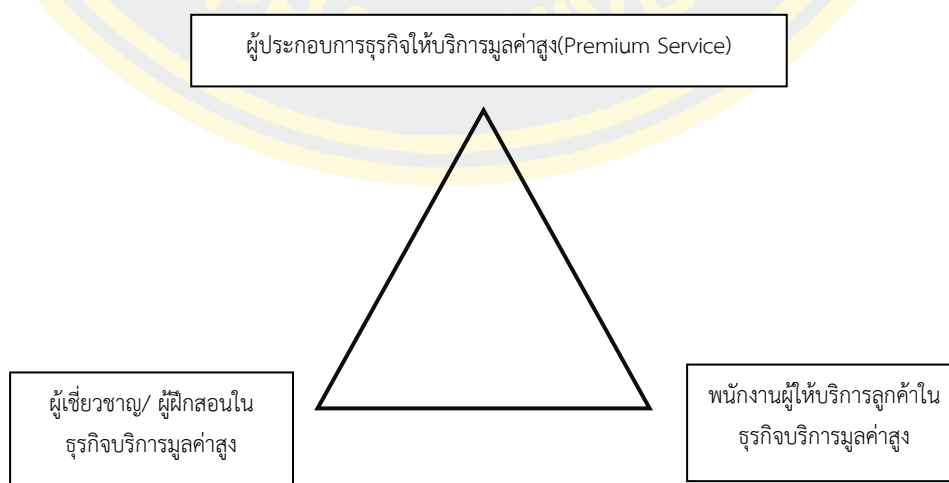
1. มีความถูกต้อง (Authenticity) คือ เป็นเอกสารที่มาจากแหล่งเชื่อถือได้ มีความถูกต้องสมบูรณ์ สอดคล้องกับบริบทของสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาที่ตีพิมพ์
2. มีความน่าเชื่อถือ (Credibility) คือ เป็นเอกสารที่ปราศจากข้อผิดพลาดและการบิดเบือนข้อมูล
3. ความเป็นตัวแทน (Representativeness) คือ เป็นเอกสารที่สามารถแสดงรายละเอียดแทนเอกสารประเภทเดียวกันได้ รายละเอียดสามารถเป็นตัวแทนกลุ่มประชากรตัวอย่างได้

4. มีความหมายชัดเจน (Meaning) คือ เป็นเอกสารที่สามารถเข้าใจได้ง่าย ชัดเจน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนัยสำคัญของการวิจัย (Mogalakwe, 2006)

สำหรับกระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างนั้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการกระบวนการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล โดยดำเนินการร่วมกับกระบวนการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร โดยกระบวนการและวิธีการวิเคราะห์ ได้ดำเนินการกระบวนการตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาประเด็นหลักหรือแบบแผนหลัก ที่พบในข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง จากนั้นจึงนำประเด็นหลัก มาพิจารณาแบ่งแยกออกเป็นประเด็นย่อย และหัวข้อย่อย ตามลำดับ

นอกจากนี้ ในระหว่างการทำกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างนั้น ทางผู้วิจัยได้ดำเนินการกระบวนการสะท้อนในแต่ละช่วงหรือในแต่ละขั้นตอน ควบคู่ไปกับการดำเนินการกระบวนการวิจัยเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีความแกร่งและแม่นยำตรง เข้มข้นมากยิ่งขึ้น รวมทั้งผู้วิจัยจะดำเนินการกระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างโดยการพรรณนาข้อมูลตามปรากฏการณ์ร่วมด้วย เพื่อแสวงหาหรือให้ได้มาซึ่งข้อค้นพบสำคัญ ที่สามารถนำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะในการปรับตัวของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า

การตรวจสอบเครื่องมือแบบสามเส้า (Triangulation) เลือกการตรวจสอบสามเส้าด้านแหล่งข้อมูล (เลือกตรวจสอบหลังจากเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว)



ภาพที่ 15 ตัวอย่างการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าในงานวิจัยเชิงคุณภาพ

ข้อพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัย

ผู้วิจัยจะปฏิบัติตามหลักจริยธรรมการวิจัยพื้นฐาน ได้แก่

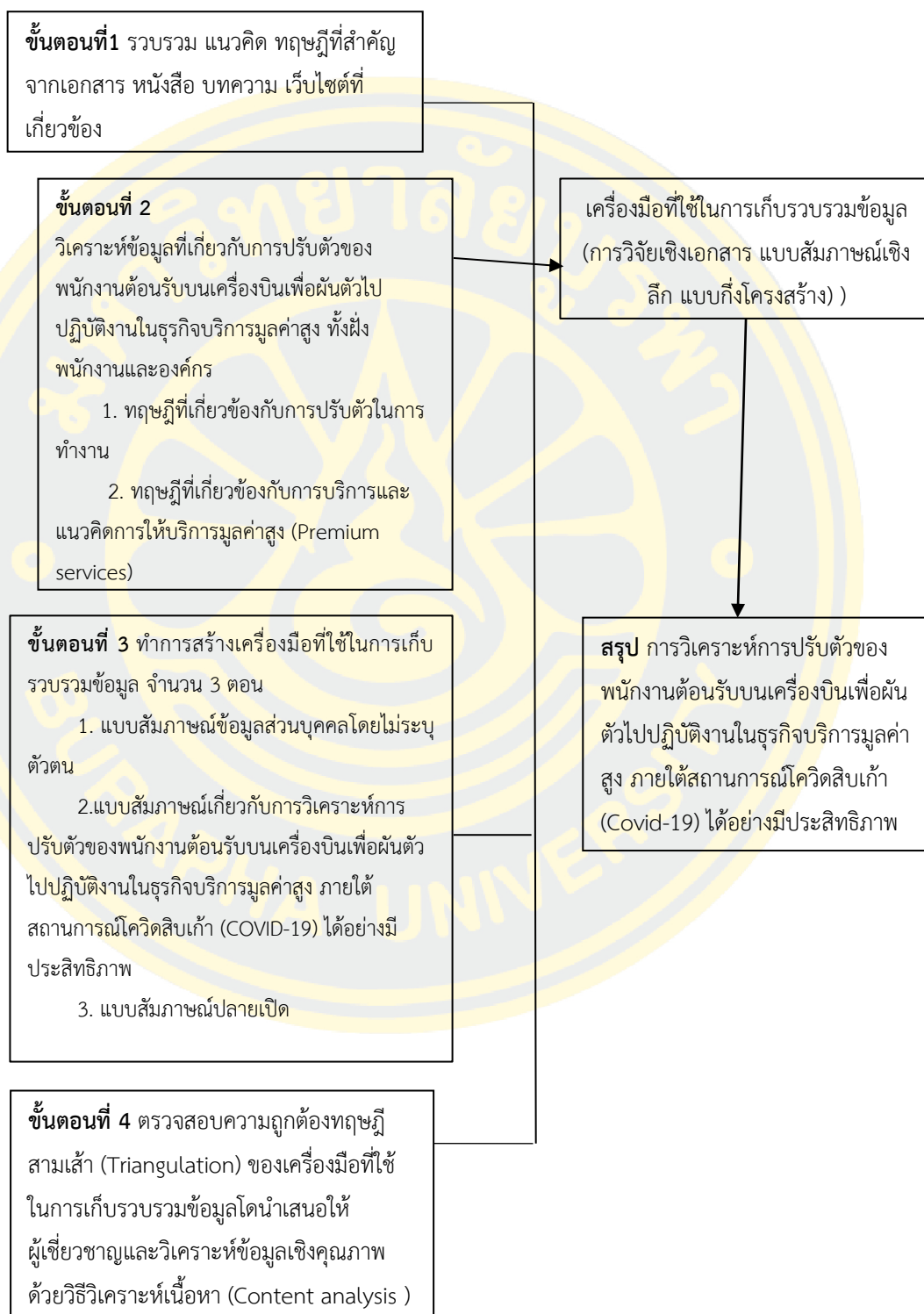
หลักเคารพในบุคคล โดยการให้ข้อมูลอย่างครบถ้วนและตอบคำถามข้อสงสัยจนผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้ที่ได้รับเลือกเข้าร่วมการวิจัยพอใจและให้เวลาตัดสินใจอย่างอิสระในการลงนามเข้าร่วมการวิจัย ผู้วิจัยจะเคารพความเป็นส่วนตัวและการเก็บรักษาความลับไม่เปิดเผยชื่อ “ไม่มีการระบุตัวบุคคล” หรือข้อมูลของผู้เข้าร่วมการวิจัยเป็นรายบุคคลโดยเสนอผลวิจัยเป็นภาพรวมของการศึกษาทั้งหมด

หลักการได้รับประโยชน์ ไม่ก่ออันตรายผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เข้าร่วมการวิจัยได้รับประโยชน์โดยตรงจากผลของการวิจัย อาจเกิดความเสียหายต่อตัวผู้เข้าร่วมการวิจัยเพียงเล็กน้อยคือเสียเวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 30-60 นาที

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

เลือกใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ซึ่งโดยปกติการวิเคราะห์เนื้อหาจะทำตามเนื้อหาที่ปรากฏ (Manifest content) ในเอกสารมากกว่า กระทำกับเนื้อหาที่ซ่อนอยู่ (Latent content) การวัดความถี่ของคำหรือข้อความในเอกสารจะหมายถึงคำหรือข้อความที่มีอยู่ ไม่ใช่คำหรือข้อความที่ผู้วิจัยตีความได้ การตีความจะกระทำในอีกขั้นตอนหนึ่งภายหลังเมื่อผู้วิจัยจะสรุปข้อมูล ส่วนวิธีการทางคุณภาพ คือการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Induction) จากเอกสารดังกล่าวประกอบกับเอกสารอื่น ๆ โดยอาจมีการแบ่งประเภทตามเนื้อหาของเอกสารแล้วเปรียบเทียบเนื้อหาประเภทต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ทั้งนี้ในการวิจัยเชิงคุณภาพนั้น การวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารนั้นมิได้สนใจเพียงแค่ข้อความที่ปรากฏในเอกสาร หากทว่าพยายามค้นหาและตีความหมายที่แฝงอยู่ในข้อความเหล่านั้นอีกด้วย โดยอาศัยข้อมูลที่รวบรวมมาได้ด้วยวิธีการอื่น หรือข้อมูลภูมิหลังภาพแวดล้อมอื่น ๆ มาประกอบการวิเคราะห์และตีความหมายข้อมูลในเอกสาร สำหรับขั้นตอนในการวิเคราะห์เนื้อหาโดยทั่วไป

ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล



ภาพที่ 16 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลจากการออกแบบวิธีการดำเนินงานวิจัย และสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการปรับตัวของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการวิจัยเชิงเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์ดังนี้

รวบรวมข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีที่สำคัญจากเอกสาร หนังสือ บทความ เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อผันตัวไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง ทั้งฝั่งพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่ผันตัวและองค์กรธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง

การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง

โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์ข้อมูลส่วนบุคคล ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่ผันตัวไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง และผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า

ขั้นตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการปรับตัวของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน เพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า ตามทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการปรับตัวในการทำงาน และทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการบริการและแนวคิดการให้บริการมูลค่าสูงและผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า

ขั้นตอนที่ 3 แบบสัมภาษณ์ปลายเปิด ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีการปรับตัวจากการปฏิบัติหน้าที่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า ในเรื่องใดมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยเป็นพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินในชั้นที่ 1 (First class) ที่มีอายุงานตั้งแต่ 10-18 ปี ที่ได้ลาออกจากสายการบินในช่วงภาวะการณืโควิดสิบเก้า โดยเปลี่ยนไปปฏิบัติในองค์กรธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง โดยเลือกจากบุคคลที่เปิดเผยอาชีพปัจจุบันในสื่อสาธารณะจำนวน 19 คน สามารถติดต่อได้ 13 คน และสมัครใจที่จะให้ข้อมูลจำนวน 8 คน

และผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการมูลค่าสูงที่ในองค์กรมีพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินชั้นที่ 1 (First class) ที่มีอายุงานตั้งแต่ 10-18 ปีย้ายมาทำงานในองค์กรนั้น ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยติดต่อขอสัมภาษณ์ทั้งหมด 7 คน และสมัครใจที่จะให้ข้อมูลจำนวน 4 คน โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ออนไลน์ทั้งหมด



ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปผู้ให้ข้อมูลหลัก

ลำดับ	เพศ	อายุ (ปี)	ระยะเวลาในการทำงานเป็นพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน (ปี)	ตำแหน่งงานปัจจุบัน	ประสบการณ์ภาคบริการมูลค่าสูง (ปี)
1	ชาย	44	15	พนักงานแผนกต่างประเทศโรงพยาบาล A	2
2	หญิง	33	10	พนักงานแผนกลูกค้าสัมพันธ์ห้างสรรพสินค้า B	1
3	หญิง	40	13	หัวหน้าฝ่ายฝึกอบรมพนักงานโรงแรม C	2
4	หญิง	42	18	เลขานุการบริหารโรงพยาบาล D	1
5	หญิง	36	10	หัวหน้าประชาสัมพันธ์คลินิกและเมดิคอลสปา G	2
6	ชาย	34	10	พนักงานต้อนรับโรงแรม E	1
7	หญิง	42	14	หัวหน้าพนักงานต้อนรับโรงแรม E	2
8	หญิง	38	12	พนักงานฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์โรงแรม F	1
9	ชาย	39	(ผู้ประกอบการ)	ผู้จัดการแผนกบุคคลโรงพยาบาล D	10
10	ชาย	42	(ผู้ประกอบการ)	ผู้อำนวยการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์โรงแรม F	12
11	หญิง	45	(ผู้ประกอบการ)	เจ้าของธุรกิจเสริมความงามและเมดิคอลสปา G	17
12	หญิง	52	(ผู้ประกอบการ)	เจ้าของธุรกิจโรงแรม H	25

ตอนที่ 2

ผลการสัมภาษณ์สถานการณ์และแนวโน้มความต้องการบุคลากรที่มีความสามารถทางด้านการปรับตัวของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน เพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยสามารถนำเสนอได้ดังนี้

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีที่สำคัญจากเอกสาร หนังสือ บทความ เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง และการใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การปรับตัวของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า” และความต้องการบุคลากรที่มีความสามารถเหมาะสมกับการปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูงตามธรรมชาติขององค์กร สามารถสรุปได้ดังนี้

คุณสมบัติโดดเด่นและทักษะที่แตกต่างของพนักงาน Premium service ทำให้มีค่าตอบแทนสูงกว่างาน General service หรือแม้แต่อาจจะสูงกว่าค่าตอบแทนของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน โดยค่าตอบแทนเฉลี่ยของพนักงาน Premium service เมื่อผ่านช่วงทดลองงาน จะอยู่ที่ 50,000 บาท ขึ้นไป ไม่รวมค่าตอบแทนพิเศษอื่น ๆ และมีการปรับเพิ่มขึ้นทุกปีตามความสามารถและประสบการณ์ รวมถึงมีการซื้อตัวบุคลากรอยู่เสมอ จนทำให้มีการเพิ่มค่าตอบแทนสูงขึ้นเรื่อย ๆ จนถึงระดับหลักแสนบาท จึงถือว่าผู้ให้บริการ Premium service จะนับตั้งแต่ผู้ได้รับค่าตอบแทนตั้งแต่ 50,000 บาทเป็นต้นไป

ตารางที่ 2 ค่าตอบแทน (รายรับรวม)

ระดับ	พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	พนักงานบริการ Premium service
เริ่มต้นงาน, เพิ่งผ่านการฝึกงาน	40,000 บาทขึ้นไป	30,000 บาทขึ้นไป
มีประสบการณ์บ้างแล้ว, ทำงานเกิน 3 ปี, ความสามารถในระดับปานกลาง	60,000-70,000 บาทขึ้นไป	50,000 – 80,000 บาทขึ้นไป
มีประสบการณ์สูง, ชำนาญการ, เป็นที่ต้องการตัวของผู้จ้างมาก	80,000-120,000 บาทขึ้นไป	100,000-300,000 บาทขึ้นไป

สถานการณ์ของอุตสาหกรรมการบินภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า มีการหยุดชะงัก ทำให้ความต้องการจ้างงานพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินลดลงเป็นอย่างมาก จึงเกิดการปรับเปลี่ยนงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินไปสู่ธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง แม้ว่ารายได้จะลดลงจากเดิม แต่ก็ยังอยู่ในระดับที่ดีและใช้คุณสมบัติ-ทักษะการทำงานใกล้เคียงกับงานเดิม หรืองานบริการมูลค่าสูงบางงานก็มีค่าตอบแทนที่สูงมากกว่าอาชีพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินด้วย

Premium service มีความแตกต่างกับงานพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน เพราะลักษณะของการ Training พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเป็นแบบ Top-down มี Standard ให้ทำตามเพราะกลัวผิดพลาด เพราะถ้าผิดพลาดไปจะเกี่ยวเนื่องกับเรื่องของความปลอดภัยซึ่งต้องมาเป็นอันดับหนึ่งสำหรับการบริการบนเครื่องบิน แต่ Premium service จะเน้นการวัดผลจาก Customer satisfaction เป็นหลัก ดังนั้นสินค้าและบริการจึงถูกออกแบบมาเป็น Tailored made, Customized product

ตารางที่ 3 ข้อเปรียบเทียบของงานในสาย Premium service เมื่อเทียบกับพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน

ทักษะ-คุณสมบัติ ที่ผู้ปรับเปลี่ยนงานมี	ทักษะ-คุณสมบัติ ที่องค์กรต้องการ	Match & MisMatch
Appearance and personality	Appearance and personality	✓
Communication skill, etiquette	Communication skill, etiquette	✓
Deal-making, problem-solution skill	Deal-making, problem-solution skill	✓
On board Skill	Business and future skill	×
Followership	Authority	×

จากการสัมภาษณ์โดยประมวลจากคำตอบทั้งหมดที่ผู้ให้ข้อมูลตอบกลับมา พบว่าสิ่งที่ “ผู้ปรับเปลี่ยนงาน” มองว่าตนมีคุณสมบัติมากกว่าที่องค์กรต้องการ (Overqualified) คือ ศักยภาพสูงกว่าตำแหน่งงาน โดยมีความรู้ ประสบการณ์แก้ปัญหาได้เป็นอย่างดี เข้าใจความต้องการของลูกค้า เป็นเสมือนนักจิตวิทยาไปในตัว ทำให้ลูกค้าไว้วางใจมาก

และสิ่งที่ผู้ปรับเปลี่ยนงานมองว่าตนมีคุณสมบัติน้อยกว่าที่องค์กรต้องการ (Underqualified) คือ งานเอกสารต่าง ๆ หรือโปรแกรมพื้นฐานเช่น Word, Excel, Power point จากการสัมภาษณ์โดยประมวลจากคำตอบทั้งหมดที่ผู้ให้ข้อมูลตอบกลับมา พบว่าสิ่งที่ “องค์กร” มองว่าผู้ปรับเปลี่ยนงานมีคุณสมบัติมากกว่าที่องค์กรต้องการ (Overqualified) คือ รูปร่างหน้าตาและบุคลิกภาพ ที่อาจจะมียากเกินไปจนลูกค้าไม่สะดวกใจที่จะให้ทำงาน Certificated ต่าง ๆ สำหรับการปฏิบัติงานบนเครื่องบิน ไม่ได้นำมาใช้กับองค์การธุรกิจบริการมูลค่าสูง

และสิ่งที่องค์กรมองว่าผู้ปรับเปลี่ยนงานมีคุณสมบัติน้อยกว่าที่องค์กรต้องการ (Underqualified) คือ ทักษะทางธุรกิจสมัยใหม่ ทักษะการเจรจาธุรกิจ Future skill และทักษะการจัดการ

ถ้าผู้ปรับเปลี่ยนงานอยากเพิ่มคุณสมบัติ-ทักษะ เพื่อให้เป็นที่ต้องการขององค์กร ควรจะมีการพัฒนาตนเอง ดังนี้

1. เพิ่มคุณวุฒิของตนเพื่อให้เหมาะสมกับตำแหน่งงานระดับสูงหรือองค์กรที่มีชื่อเสียง
ข้อดี – คุณวุฒิที่สูงขึ้น มีผลต่อการพิจารณาเงินเดือนและตำแหน่งงาน รวมถึงภาพลักษณ์ของตนเองและองค์กร ได้เรียนรู้ทักษะที่ต้องใช้เมื่อปรับเปลี่ยนงาน รวมถึงได้มีสังคมในแวดวงที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ทำอยู่

ข้อควรพิจารณา – การศึกษาต่อเพื่อปรับวุฒิให้สูงขึ้น มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง (สำหรับในประเทศไทย หลักสูตรปริญญาโทเฉลี่ยค่าใช้จ่าย 150,000-300,000 บาทต่อหลักสูตร) และการใช้เวลาเพื่อศึกษาต่อ ถ้าหลักสูตรเรียนเต็มเวลาค่าใช้จ่ายจะถูกกว่า แต่ต้องแลกมากับการลางานเพื่อเรียน (ปริญญาโท 2 ปีขึ้นไป) หรือหากเลือกภาคพิเศษก็ต้องใช้วันหยุดจากการทำงานเพื่อศึกษาแทนการหยุดพัก เวลาพักผ่อนหรือใช้ส่วนตัว, ให้ครอบครัว ก็จะลดลงไป

ทั้งนี้รวมถึงการ Take course ทักษะเฉพาะทางเพื่อเสริมสร้างความรู้ ทักษะ และ Connection ล้วนเป็นการเพิ่มดีกรีและมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ปรับเปลี่ยนงานและผู้ว่าจ้าง แต่ก็ต้องแลกกับกับเวลาและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ซึ่งค่อนข้างสูง ผู้ปรับเปลี่ยนงานควรเปรียบเทียบว่าคุ้มค่ากับรายได้ที่เพิ่มขึ้น ตำแหน่งที่สูงขึ้น หรือโอกาสต่าง ๆ ที่จะเข้ามามากขึ้นหรือไม่

2. ทำ Branding สิ่งที่เป็นจุดแข็งของเรานอกจากเรื่องของการ Up degree เช่น ทำ Service มากี่ปี เคยดูแลต้อนรับผู้โดยสาร VIP กลุ่มใดบ้าง

และเสริมจุดแข็งที่แตกต่างจากพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินคนอื่น เช่น วุฒิการศึกษาที่โดดเด่น มีความสนใจในนวัตกรรม Future skill เทคโนโลยี ซึ่งส่งเสริมภาพลักษณ์ให้องค์กรดูสมาร์ทขึ้น เช่นอ่านข่าวภาษาอังกฤษทุกวัน General knowledge ดีมาก

ตารางที่ 4 ข้อดี-ข้อควรพิจารณา

ข้อดี	ข้อควรพิจารณา
<p>อายุงานยาวและมั่นคงกว่าพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน</p> <p>จุดตัดอาชีพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน คือมีครอบครัว มีลูก หรือจุดที่คอนโทรลไม่ได้คือ Thread ต่าง ๆ เช่น โรคระบาดมาเป็น Circle life, ภัยธรรมชาติ, ปัญหาทางเศรษฐกิจ รวมถึงไม่ต้องเสี่ยงภัยจากการทำงานบนเครื่องบิน</p>	<p>เวลาและเงื่อนไขในการทำงานมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา</p> <p>มีการทำงานนอกตารางแบบกะทันหันเสมอแม้จะมีตารางงานล่วงหน้าแล้วก็ตาม แต่เราก็ต้องพร้อมปรับเปลี่ยนตามนายจ้างกำหนด ต้อง Standby พร้อมรับสถานการณ์</p> <p>บ่อยครั้งที่ทำงานจนไม่มีเวลาส่วนตัว, ทำงานสัปดาห์ละ 6 วัน, นอนดึก-ตื่นเช้า เวลาการทำงานแบบสำนักงานทำให้เจอสภาพการจราจรที่ติดขัด</p>
<p>ความภาคภูมิใจ</p> <p>ได้รับความไว้วางใจจากองค์กรและผู้บริหาร ที่ให้เกียรติรับเข้าทำงานในองค์กรที่มีชื่อเสียง และให้ตำแหน่งระดับสูง</p>	<p>มีความต้องการพิเศษที่คาดไม่ถึง</p> <p>ที่เราต้องมี Connection เพื่อตอบสนองให้ได้ ทั้งในเรื่องของวัตถุ เวลา หรือสถานที่ เป็นต้น</p>

ตารางที่ 5 ข้อได้เปรียบ-ข้อเสียเปรียบ

ข้อได้เปรียบเมื่อปรับเปลี่ยนจากอาชีพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	ข้อเสียเปรียบเมื่อปรับเปลี่ยนจากอาชีพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน
<p>ยังอยู่ในสายงานบริการ</p> <p>ซึ่งมีประสบการณ์ และทักษะความชำนาญอยู่แล้ว, การเดินทางมาทั่วโลก ทำให้เข้าใจลักษณะลูกค้าทุกประเภท</p>	<p>มี Future Skill น้อย</p> <p>ไม่รอบรู้ในแง่ของธุรกิจ เทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ ๆ, ไม่ถนัดงานเอกสารและโปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ</p>
<p>เป็นตัวเลือกที่ลูกค้ายึดมั่นในด้าน Personality</p> <p>ทั้ง Grooming, Etiquette, Language skill, ความฉลาด ซึ่งช่วยในการส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ผู้ว่าจ้างได้ ทั้งยังมีดีกรีเป็นพนักงานต้อนรับชั้นหนึ่ง (First class) ของสายการบินชั้นนำอีกด้วย</p>	<p>ไม่ได้คุ้นเคยกับการหาความรู้ในเชิง Active เพราะชินกับการทำตามคำสั่ง, ทำตาม SOP</p>

ตารางที่ 6 Underqualified-Overqualified

Underqualified	Overqualified
Documentation	Appearance
Future skill	Social skill
Computer skill	Deal-making skill
Management skill	Safety and security skill
Authority	Followerhip

ปัญหาส่วนใหญ่ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่อยากเปลี่ยนสายงานมาทำในส่วนของ Premium service คือทักษะเรื่อง Documentation ขาดทักษะการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ งานพื้นฐานของสำนักงาน หรือการตอบสนองความต้องการที่เป็น Extraordinary ต่าง ๆ

แต่ปัญหาเหล่านี้ ถ้ามี Ability to learn ก็สามารถพัฒนาปรับปรุงทักษะ (Re-up-new skill) ที่กล่าวข้างต้น เพื่อให้มีคุณสมบัติตรงกับความต้องการของผู้ว่าจ้างได้ หรืองานบางอย่างที่ไม่ใช่ งานเฉพาะหรือต้องใช้ประสบการณ์ระดับสูง เช่น งานเอกสาร การใช้โปรแกรมสำนักงาน ก็สามารถมอบหมายให้กับผู้ได้บังคับบัญชาที่มีความถนัดในด้านนั้น ๆ ทำได้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การปรับตัวของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า” ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอนของการวิจัย เพื่อให้การวิจัยมีความสมบูรณ์และสะดวกต่อการนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยโดยแสดงถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัย สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะการวิจัย ตามลำดับดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการปรับเปลี่ยนอาชีพของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ในช่วงภาวะการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า (COVID-19)
2. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบอาชีพและคุณสมบัติ-ลักษณะของพนักงาน ที่องค์กรธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง (Premium service) ต้องการจ้างงาน
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางที่จะช่วยสนับสนุนให้พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินหรือพนักงานที่มีลักษณะงานคล้ายกัน สามารถปรับเปลี่ยนไปปฏิบัติงานในธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง (Premium service) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำถามการวิจัย

พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินต้องมีการปรับตัวอย่างไร เพื่อให้เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานในธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ได้ทราบถึงการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ในช่วงภาวะการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า
2. ได้ใช้เป็นกรณีศึกษาถึงการปรับเปลี่ยนอาชีพของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ในช่วงภาวะการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า
3. ได้ทราบแนวทางที่จะช่วยสนับสนุนให้พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน สามารถปรับเปลี่ยน ผันตัวไปปฏิบัติงานในธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในช่วง

ภาวการณ์แพร่ระบาดโควิดสิบเก้า

4. ได้ใช้เป็นแนวทางการรับมือกับปัญหาลักษณะเดียวกันที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต กับพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินหรืออาชีพอื่นที่มีลักษณะเดียวกัน โดยศึกษาจากผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการหยุดชะงักทางการบินครั้งนี้

วิธีดำเนินงานวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในบทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในหัวข้อวิจัยเรื่อง การปรับตัวของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า เป็นประเภทงานวิจัยเชิงคุณภาพ ทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์เป็นการอธิบายระหว่างคนและสังคม โดยสนใจบริบทของสิ่งที่ศึกษาและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ ที่ต้องการตอบคำถามในเชิงลึกโดยไม่ใช้สถิติ เลือกศึกษาวิจัยในแบบการศึกษา แบบการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารหรือการวิจัยเชิงเอกสาร และจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้ ใช้เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ ในครั้งนี้ประกอบด้วย

1. การวิจัยเชิงเอกสาร ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม ข้อมูลแนวทางหนึ่งโดยการศึกษาและค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการตำรา ตลอดจนผลงานวิจัยประเภทต่าง ๆ รวมทั้งข้อมูลจากการค้นคว้าทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือข้อมูลที่ได้มาจากเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตเพื่อนำมาใช้ในกระบวนการสร้างพื้นฐานขององค์ความรู้อย่างบูรณาการในทางวิชาการโดยเบื้องต้นก่อนอันเป็นแนวทางประการสำคัญในการนำไปสู่การสร้างเครื่องมือที่สามารถนำไปใช้ในกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลทางวิชาการที่มีประสิทธิภาพต่อไป

2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์ข้อมูลส่วนบุคคล ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่ผันตัวไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง และผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า

ขั้นตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการปรับตัวของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน เพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้าตามทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการปรับตัวในการทำงาน และทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการบริการและแนวคิดการให้บริการมูลค่าสูง และผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า

ขั้นตอนที่ 3 แบบสัมภาษณ์ปลายเปิด ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีการปรับตัวจากการปฏิบัติหน้าที่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูงอื่น ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า ในเรื่องใดมากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารระดับทุติยภูมิ ซึ่งมีหลักเกณฑ์ ในการคัดเลือกเอกสารที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

1. มีความถูกต้อง (Authenticity) คือ เป็นเอกสารที่มาจาก แหล่งเชื่อถือได้ มีความถูกต้อง สมบูรณ์ สอดคล้องกับบริบทของสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาที่ ตีพิมพ์
2. มีความน่าเชื่อถือ (Credibility) คือ เป็นเอกสารที่ปราศจากข้อผิดพลาดและการบิดเบือนข้อมูล
3. มีความเป็นตัวแทน (Representativeness) คือ เป็นเอกสารที่สามารถแสดง รายละเอียดแทนเอกสารประเภท เดียวกันได้ รายละเอียดสามารถเป็นตัวแทนกลุ่มประชากรตัวอย่างได้
4. มีความหมายชัดเจน (Meaning) คือ เป็นเอกสารที่สามารถเข้าใจได้ง่าย ชัดเจน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนัยสำคัญของการวิจัย (Mogalakwe, 2006)

สำหรับกระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการแบบสัมภาษณ์เชิงลึก กึ่งโครงสร้าง นั้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาใช้ในกระบวนการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล โดยดำเนินการร่วมกับกระบวนการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร โดยกระบวนการและวิธีการวิเคราะห์ ได้ดำเนินการกระบวนการตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาประเด็นหลัก (Major themes) หรือแบบแผนหลัก (Major pattern) ที่พบในข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างจากนั้นจึงนำประเด็นหลัก (Major themes) มาพิจารณาแบ่งแยกออกเป็นประเด็นย่อย (Sub-themes) และหัวข้อย่อย (Categories) ตามลำดับ

นอกจากนี้ ในระหว่างการดำเนินการกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างนั้น ทางผู้วิจัยได้ดำเนินการกระบวนการสะท้อน (Reflecting) ในแต่ละช่วง หรือในแต่ละขั้นตอนควบคู่ไปกับการดำเนินการกระบวนการวิจัย เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มีความแกร่งและแม่นยำ (Rigor) เข้มข้น (Intensive process) มากยิ่งขึ้น รวมทั้งผู้วิจัยจะดำเนินการกระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง โดยการพรรณนาข้อมูลตามปรากฏการณ์ร่วมด้วย เพื่อแสวงหาหรือให้ได้มาซึ่งข้อค้นพบสำคัญ ที่สามารถนำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะในการปรับตัวของ

พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า

สรุปผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมด้วยวิธีการสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาวิจัยเรื่องการปรับตัวของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

สถานการณ์ของอุตสาหกรรมการบินภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้ามีการหยุดชะงัก ทำให้ความต้องการจ้างงานพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินลดลงเป็นอย่างมาก จึงเกิดการปรับเปลี่ยนงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินไปสู่ธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูงแม้ว่ารายได้จะลดลงจากเดิม แต่ก็ยังอยู่ในระดับที่ดีและใช้คุณสมบัติ-ทักษะการทำงานใกล้เคียงกับงานเดิม หรืองานบริการมูลค่าสูงบางงานก็มีค่าตอบแทนที่สูงกว่าอาชีพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินด้วย

ธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง ณ ปัจจุบัน ได้รับผลกระทบไม่รุนแรงจากภาวะการณ์โควิดสิบเก้า เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของธุรกิจฯ ไม่ได้รับผลกระทบมากนักและยังมีการใช้จ่ายหรือใช้บริการในมูลค่าที่สูงมากอยู่

รวมถึงการปรับตัวของธุรกิจในช่วงสัปดาห์จากการเว้นระยะห่างทางสังคม เช่น การจัดพื้นที่รับประทานอาหารแบบส่วนตัว (Dining room) การให้บริการ Delivery หรือ Chef table, Fine dining ของห้องอาหารชั้นนำในโรงแรม การจัดการบริการแบบส่วนตัว (Private service) ที่บ้านหรือสถานที่ของลูกค้า เป็นต้น และยังมีแนวโน้มว่าจะฟื้นตัวได้เร็วหลังจากภาวะการณ์การระบาดของโควิดสิบเก้าคลี่คลาย ชาวต่างชาติซึ่งเป็นหนึ่งในลูกค้าหลักของธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง เข้าออกประเทศไทยได้ตามปกติ

พนักงานและผู้ประกอบธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง เห็นพ้องตรงกันว่าหลังภาวะการณ์แพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า (Post COVID-19) การปฏิบัติงานจะใกล้เคียงเดิมแต่เพิ่มในส่วนมาตรการด้านสุขอนามัยมากขึ้น และลักษณะนิสัยของทั้งผู้ให้และรับบริการ ที่เคยชินกับการรักษาระยะห่างทางสังคม (Social distancing) แม้จะคลายกฎระเบียบ-ข้อบังคับแล้ว แต่ยังคงมีการทำความเข้าใจในจุดสัมผัสมากกว่าแต่ก่อน เพิ่มจุดบริการให้แอลกอฮอล์, ผู้ให้บริการสวมอุปกรณ์ป้องกันตลอดเวลา เช่น หน้ากากอนามัยหรือถุงมือ และจะมีลูกค้ามาใช้บริการในธุรกิจมากขึ้น ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

การพิจารณาค่าตอบแทนสำหรับบุคลากรในธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง ที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญปฏิบัติงาน ณ ปัจจุบัน และจากการสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งต่าง ๆ สรุปได้ว่า อาชีพสายงานบริการส่วนมากฐานเงินเดือนจะไม่สูง แต่จะมีส่วนของ Service charge, Commission, Tip และ

รายรับอื่น ๆ เข้ามารวมด้วย โดยรวมแม้จะต่ำกว่าค่าตอบแทนของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน แต่ก็ยังถือว่าสูงเมื่อเทียบกับอาชีพอื่น

ซึ่งวิธีคิดค่าตอบแทนลักษณะนี้ ก็มีความคล้ายกับการคิดค่าตอบแทนของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเช่นกัน คือ มีฐานเงินเดือน (Base salary) ระดับปานกลาง แต่จะมีส่วนของค่าเบี้ยเลี้ยง (Per diem) ค่าเลี้ยงภายในการปฏิบัติงานบนเครื่องบินเพิ่มเข้ามา ทำให้รายรับรวมต่อเดือนเพิ่มสูงขึ้น

ผู้ที่เคยปฏิบัติหน้าที่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีข้อได้เปรียบในการปรับเปลี่ยนอาชีพไปปฏิบัติงานในธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง เพราะด้วยรูปลักษณ์ ทักษะ บุคลิกภาพ ภาษาและคุณสมบัติต่าง ๆ ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ก็เป็นลักษณะเดียวกับบุคลากรที่ธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูงต้องการ อาจจะมีการเพิ่มทักษะเฉพาะบางอย่างให้ตรงกับสายงานโดยตรง โดยเฉพาะ Future skill ทั้งนี้ ตัวองค์กรเองก็ได้คนที่มีคุณสมบัติพร้อม และยังสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ให้กับธุรกิจด้วย

สิ่งที่พึงพอใจมากที่สุด ในการปรับเปลี่ยนอาชีพจากพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ไปเป็นพนักงานที่องค์กรธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง คือ อายุงานที่ยืนยาว มั่นคงกว่า และมีเวลาให้กับครอบครัวมากกว่า ความเสี่ยงต่อภัยคุกคาม (Threat) ต่าง ๆ เช่น โรคระบาดมาเป็น Circle life ภัยธรรมชาติ ปัญหาความอ่อนไหวทางการเมือง-เศรษฐกิจก็น้อยกว่า รวมถึงไม่ต้องเสี่ยงภัยจากการทำงานบนเครื่องบิน

สิ่งที่พึงพอใจน้อยที่สุด ในการปรับเปลี่ยนอาชีพจากพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ไปเป็นพนักงานที่องค์กรธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง คือ เวลาและเงื่อนไขในการทำงานมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีการทำงานนอกตารางแบบกะทันหันเสมอแม้จะมีตารางงานล่วงหน้าแล้วก็ตาม แต่พนักงานที่องค์กรธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูงก็ต้องพร้อมปรับเปลี่ยนตามนายจ้างกำหนด ต้อง Standby พร้อมรับสถานการณ์ และลูกค้ามีความต้องการพิเศษที่คาดไม่ถึง ซึ่งพนักงานหรือองค์กรต้องมี Connection เพื่อตอบสนองให้ได้ ทั้งในเรื่องของวัตถุ เวลา หรือสถานที่ เป็นต้น

อภิปรายผลการวิจัย

สถานการณ์ของอุตสาหกรรมการบินภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้ามีการหยุดชะงัก ทำให้ความต้องการจ้างงานพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินลดลงเป็นอย่างมาก จึงเกิดการปรับเปลี่ยนงานของงานพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินไปสู่ธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง แม้ว่ารายได้จะลดลงจากเดิม แต่ก็ยังอยู่ในระดับที่ดี และใช้ทักษะการทำงานใกล้เคียงกับงานเดิม

ธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง ณ ปัจจุบัน ได้รับผลกระทบไม่รุนแรงจากภาวะการณ์โควิดสิบเก้า เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของธุรกิจไม่ได้รับผลกระทบมากนัก และยังมีการใช้จ่ายหรือใช้

บริการในมูลค่าที่สูงมากอยู่

รวมถึงการปรับตัวของธุรกิจในช่วงลือคดาวนจากการเว้นระยะห่างทางสังคม เช่น การให้บริการ Delivery หรือ Chef table ของห้องอาหารชั้นนำในโรงแรม การจัดบริการแบบส่วนตัว (Private service) ที่บ้านหรือสถานที่ของลูกค้า เป็นต้น และยังมีแนวโน้มว่าจะฟื้นตัวได้เร็วหลังจากภาวะการระบาดของโควิดสิบเก้าคลัสต์คลาย ชาวต่างชาติซึ่งเป็นหนึ่งในลูกค้าหลักของธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูงสามารถเข้าออกประเทศไทยได้ตามปกติ

ทั้งด้านผู้ประกอบการและบุคลากร มีความเห็นตรงกันถึงความสำคัญของพนักงานภาคบริการในองค์กรธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูงว่ามีความสำคัญมาก เพราะเป็นผู้พบปะใกล้ชิดกับผู้รับบริการมากที่สุด ชื่อเสียงขององค์กรภาคบริการจะดีหรือไม่ ล้วนมาจากความพึงพอใจที่มีต่อพนักงานผู้ให้บริการเป็นส่วนใหญ่ และเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จหรือไม่ด้วย

ทั้งด้านผู้ประกอบการและบุคลากร มีความเห็นตรงกันว่าหลังภาวะการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า เศรษฐกิจและธุรกิจภาคบริการจะกลับมาฟื้นตัวในเวลาไม่นานนัก การปฏิบัติงานจะใกล้เคียงเดิมแต่เพิ่มในส่วนมาตรการด้านสุขอนามัยและเข้มงวดในมาตรการป้องกันโรคติดต่อ ทั้งฝั่งของผู้ให้และผู้รับบริการ

ทั้งด้านผู้ประกอบการและบุคลากร มีความเห็นตรงกันว่าหลังภาวะการแพร่ระบาด โควิดสิบเก้า จะมีบุคลากรที่มีทักษะความสามารถเหมาะสมในธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง เพียงพอต่อสถานประกอบการที่กลับมาเปิดทำการเต็มรูปแบบ เพราะกว่าที่สถานประกอบการจะกลับมาเปิดทำการเต็มรูปแบบได้นั้น คงต้องใช้เวลาพอสมควร ระหว่างเวลานี้บุคลากรภาคบริการมูลค่าสูงที่พนักงานไปก็มีเวลาฟื้นฟูความรู้และทักษะที่อาจเสื่อมไปในช่วงหยุดปฏิบัติงาน และยังมีผู้ที่เคยปฏิบัติงานในธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูงอยากกลับเข้ามาทำงานในสายงานเดิมเป็นจำนวนมาก รวมถึงนิสิตนักศึกษาจบใหม่ที่หางานทำได้ด้วย

การพิจารณาค่าตอบแทนสำหรับบุคลากรในธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง ที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญปฏิบัติงาน ณ ปัจจุบัน และจากการสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งต่าง ๆ สรุปได้ว่า อาชีพสายงานบริการส่วนมากฐานเงินเดือนจะไม่สูง แต่จะมีส่วนของ Service charge, Commission, Tip และรายรับอื่น ๆ เข้ามารวมด้วย โดยรวมจึงเหมาะสม ซึ่งวิธีคิดค่าตอบแทนลักษณะนี้ ก็มีความคล้ายกับการคิดค่าตอบแทนของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเช่นกัน คือ มีฐานเงินเดือน (Base salary) ระดับปานกลาง แต่จะมีส่วนของค่าเบี้ยเลี้ยง (Per diem) ค่าเลี้ยงภยในการปฏิบัติงานบนเครื่องบินเพิ่มเข้ามา ทำให้รายรับรวมต่อเดือนเพิ่มสูงขึ้น

ผู้ที่เคยปฏิบัติหน้าที่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีผลดีต่อการปรับเปลี่ยนอาชีพไป

ปฏิบัติงานในธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูงเพราะด้วยรูปลักษณ์ ทักษะ ภาษาและคุณสมบัติต่าง ๆ ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ก็เป็นลักษณะเดียวกับบุคลากรที่ธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูงต้องการ อาจจะมีการเพิ่มทักษะเฉพาะบางอย่างให้ตรงกับสายงานโดยตรง ทั้งนี้ตัวองค์กรเองก็ได้คนที่มีคุณสมบัติพร้อม และยังสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจด้วย

สิ่งที่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินต้องปรับตัวมากที่สุด คือรายรับที่ลดลงมากในขณะที่รายจ่ายยังใกล้เคียงเดิม ทำให้ต้องปรับรูปแบบวิถีชีวิตตามปัจจัยที่เปลี่ยนไป รองลงมาคือการปรับตัวเรื่องตารางเวลาการทำงานจากเดิมตารางบินที่ไม่มีวัน-เวลาทำงานที่ตายตัว เป็นลักษณะการเข้าออกตามเวลาทำการที่มีกำหนดแน่นอน และต้องฝึกทักษะใหม่ที่เป็นในการปฏิบัติงานประจำสำนักงานที่เมื่อยังปฏิบัติหน้าพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินอาจจะไม่ได้ใช้บ่อยนัก เช่น การศึกษาเทคโนโลยี นวัตกรรม ธุรกิจต่าง ๆ ข่าวสารรอบโลก การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ งานเอกสารเฉพาะทาง เป็นต้น

สิ่งที่พึงพอใจมากที่สุด ในการปรับเปลี่ยนอาชีพจากพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ไปเป็นพนักงานที่องค์กรธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง คือ อายุงานที่ยืนยาว มั่นคงกว่า และได้กลับบ้านมากกว่า รวมถึงประเด็นความเสี่ยงต่อภัยคุกคามต่าง ๆ เช่น โรคระบาด ภัยธรรมชาติ ปัญหาความอ่อนไหวทางการเมือง-เศรษฐกิจก็น้อยกว่า รวมถึงไม่ต้องเสี่ยงภัยจากการทำงานบนเครื่องบิน

สิ่งที่พึงพอใจน้อยที่สุด ในการปรับเปลี่ยนอาชีพจากพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ไปเป็นพนักงานที่องค์กรธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูงคือ เวลาและเงื่อนไขในการทำงานมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีการทำงานนอกตารางแบบกะทันหันเสมอแม้จะมีตารางงานล่วงหน้าแล้วก็ตาม แต่พนักงานที่องค์กรธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูงก็ต้องพร้อมปรับเปลี่ยนตามที่องค์กรกำหนด ต้องเตรียมตัวพร้อมรับสถานการณ์ และลูกค้าของธุรกิจบริการมูลค่าสูงมักมีความต้องการพิเศษที่คาดไม่ถึงเสมอ ซึ่งพนักงานหรือองค์กรฯ ต้องมี Connection เพื่อตอบสนองให้ได้ ทั้งในเรื่องของวัตถุ เวลา หรือสถานที่ เป็นต้น

ข้อน่าสังเกต ที่พบจากการสัมภาษณ์โดยประมวลจากคำตอบทั้งหมดที่ผู้ให้ข้อมูลตอบกลับมา พบว่าองค์กรภาคบริการมูลค่าสูงเกือบทุกแห่ง มีความต้องการที่จะรับพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่ต้องการปรับเปลี่ยนงานมาสู่องค์กรของตน โดยมองว่าพนักงานเหล่านั้น ๆ มีคุณสมบัติพร้อมที่จะใช้งานในธุรกิจของตนอยู่แล้ว อาจมีเพิ่มเติมบางทักษะเล็กน้อย แต่ก็มีเงื่อนไขอยู่บ้าง เช่น ค่าตอบแทนที่ยังมองไม่ตรงกัน หรือรายละเอียดข้อตกลงในการทำงาน

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในส่วนของผู้รับเปลี่ยนงานที่ยังอายุไม่เกิน 40 ปี เกือบทั้งหมดให้ความเห็นว่าถ้ามีโอกาส ก็อยากกลับไปทำงานในตำแหน่งพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินอีกครั้ง เนื่องจากค่าตอบแทนที่สูง ลักษณะการทำงานที่คุ้นเคยมานาน รวมถึงทักษะที่ชำนาญอยู่แล้ว

ประเด็นนี้ จึงเป็นส่วนที่ผู้ว่าจ้างควรพิจารณาหากต้องการรับผู้ปรับเปลี่ยนงานที่เคยเป็นพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ว่าอาจจะอยู่กับองค์กรไม่นานหากธุรกิจการบินฟื้นตัว หรือข้อตกลงต่างๆไม่เป็นที่พึงใจนัก

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์

ผลที่ได้จากการศึกษาการปรับตัวของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า ทั้งจากการวิจัยเชิงเอกสารและการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ ได้ดังนี้

1. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่ต้องการผันตัวไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง รวมถึงอาชีพอื่นที่มีลักษณะคุณสมบัติคล้ายกัน สามารถทราบแนวคิดของฝ่ายทรัพยากรบุคคลหรือองค์กรที่ตนต้องการเข้าไปร่วมงานด้วย ว่ามีวิธีการคัดเลือกบุคลากรอย่างไร เพื่อที่ตนจะได้เตรียมความพร้อมให้เหมาะสมที่สุดก่อนเข้าสู่กระบวนการคัดเลือก
2. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่ต้องการผันตัวไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง รวมถึงอาชีพอื่นที่มีลักษณะคุณสมบัติคล้ายกัน ได้ทราบล่วงหน้าจากผู้มีประสบการณ์ว่าตนเองจำเป็นต้องมีการปรับตัวด้านใดและอย่างไรบ้าง ทำให้สามารถปรับทัศนคติและปรับตัวได้ล่วงหน้า ส่งผลดีต่อการปฏิบัติงานเมื่อต้องมีการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมและระบบวิธีการทำงาน
3. ธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง มีโอกาสที่จะได้บุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับองค์กรของตนด้วยการจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสม เนื่องจากในช่วงภาวะการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้านี้มีพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่สนใจอยากปรับเปลี่ยนงานเป็นจำนวนมาก โดยการศึกษาข้อมูลและค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการตำรา ตลอดจนผลงานวิจัยจากการอ้างอิงแหล่งต่าง ๆ ในวิจัยนี้ ทำให้ทราบถึงความต้องการทั้งฝั่งผู้ต้องการทำงาน (Demand) และฝั่งผู้ต้องการจ้างงาน (Supply) นำมาสู่การจับคู่ (Matching) ได้อย่างเหมาะสมลงตัว ตามเงื่อนไขที่ทั้ง 2 ฝั่งเห็นพ้องตรงกันและต่างพึงพอใจ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ผู้ที่สนใจศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการปรับตัวของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจบริการมูลค่าสูง ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า อาจทำการศึกษาในประเด็นการพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีความรู้-ความสามารถที่เพิ่มมากขึ้น หรือศึกษาในเรื่องด้านทักษะภาษาที่สาม ด้านทักษะความรู้เฉพาะทางเพื่อนำไปพัฒนาและวางแผนระยะยาว

ในองค์กรธุรกิจภาคอื่น ๆ ต่อไป

2. องค์กรภาคบริการมูลค่าสูง (Premium service) ควรมีการดำเนินการวิจัยที่เกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรในด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มีความพร้อมในการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์บริการใหม่ ๆ หรือนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของสถานประกอบการนั้น ๆ เพื่อที่จะสร้างความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง เป็นต้น



บรรณานุกรม

- กฤษติกา คงสมพงษ์. (2561). *การตลาดบริการในพหุวัฒนธรรมเล่ม 2*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูชัย สมितिไกร. (2562). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ญาศินี อัสเวศน์ และสุรางค์ เทพศิริ. (2554). *การจัดการคุณภาพของธุรกิจบริการสุขภาพในเขต กรุงเทพฯ และปริมณฑล (ธุรกิจสปา)*. ปทุมธานี: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ทวิช พันธสุขเจริญ. (2559). *คุณภาพการให้บริการกับการประชาสัมพันธ์โดยการบอกต่อของผู้รับบริการ แผนกพรีเมียมคลินิก โรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรี*. ชลบุรี: วิทยาลัย พาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธนภณ นิธิเชาวกุล. (2562). *การจัดการการตลาด*. (ม.ป.ท.): (ม.ป.พ.).
- นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร. (2558). *การจัดการการตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประเวศน์ มหารัตน์สกุล. (2555). *การบริหารค่าจ้างเงินเดือน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ปัญญาชน.
- พนิตสุภา ธรรมประมวล. (2563). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: พี.เอ.ลีฟวิ่ง.
- พิสิทธิ์ พัฒน์โกคากุล. (2561). *บริการที่เป็นเลิศ*. เข้าถึงได้จาก <http://impressionconsult.com/web/index.php/article/162customerserviceexcellence.html>.
- รัตน์ บัวสนธ์. (2551). *การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ*. (ม.ป.ท.): (ม.ป.พ.).
- หนึ่งฤทัย ขนานแข็ง. (2562). *การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์*. (ม.ป.ท.): (ม.ป.พ.).
- Paraskevas, A., Jang, S., and Altinay, L. (2016). *Planning Reserch in Hospitality and Tourism*. New York: Routledge.
- Brotherton, B. (2008). *Researching Hospitality and Tourism*. Wilshire: SAGE Publications.
- Tesone, D. (2010). *Principles of Management for the Hospitality Industry*. Oxford: Elsevier.
- McCulloch, G. (2004). *Documentary Research In Education, History and the Social Sciences*. London: RoutledgeFalmer.
- Scott, J. (1990). *A Matter of Record : Documentary Sources in Social Reserach*. Cambridge: Polity press.

Scott, J. (2006). *Documentary Research*. London: Sage.

Mogalakwe, M. (2006). African Sociological Review. *The Use of Documentary Research Methods in Social Research*, 221-230.

Michael, J.B., and Steven, G.T. (2019). *Human Resource Management in The Hospitality Industry*. New York: Routledge.

Taneja, N.K. (2021). *Airlines in a Post-Pandemic World*. Oxon: Routledge.

Evans, N. (2015). *Strategic Management for Tourism, Hospitality and Events*. New York: Routledge.

Koporčić, S., Arslanagic-Kalajdzic, N., Kadic-Maglajlic, M., and Markovic, S. (2021). Business-to-business open innovation: COVID-19 lessons for small and medium-sized enterprises from emerging markets. *Technological Forecasting and Social Change*, 170.

Suzanne, M.B., Danielle, C.C., and Peter, S. (2020). *Human Resource Management in Hospitality Cases*. New York: Routledge.

บรรณานุกรม





ภาคผนวก

แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง

เรื่อง การปรับตัวของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อไปปฏิบัติงานในธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง
ภายใต้สถานการณ์โควิดสิบเก้า (COVID-19)

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาปัญหาการปรับเปลี่ยนอาชีพของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสู่งานภาคบริการมูลค่าสูง (Premium service) ในช่วงภาวะการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า (COVID-19)
2. เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะของพนักงาน ที่องค์กรธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง (Premium Service) ต้องการ ในช่วงภาวะการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า (COVID-19)
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางที่จะช่วยสนับสนุนให้พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินหรือพนักงานที่มีลักษณะงานคล้ายกัน สามารถปรับเปลี่ยนไปปฏิบัติงานในธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง (Premium service) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในช่วงภาวะการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า (COVID-19)

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน

นางสาว พรรรัตน์ พิรวงศ์สกุล

จรรยาบรรณ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน โดยข้อมูลดังกล่าว
จากการสัมภาษณ์จะถูกเก็บรวบรวมไว้ใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น
โดยจะ “ไม่มีการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวก่อนได้รับอนุญาต” ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ
ที่สละเวลาและให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้

ข้อคำถามแนวทางการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก(ผู้ปรับเปลี่ยนงาน)

ตอนที่ 1 (ผู้ปรับเปลี่ยนงาน)

1. ข้อมูลส่วนตัว

1.1 อายุ.....

1.2 เพศ.....

1.3 ระยะเวลาในการทำงานเป็นพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน (ปี).....

1.4 ตำแหน่งงานปัจจุบัน.....

1.5 ประสบการณ์ภาคบริการมูลค่าสูง (ปี).....

2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูงที่ท่านสังกัดอยู่ในปัจจุบัน (ยังอยู่ในช่วงภาวะการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า Covid-19)

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่าหลังภาวะการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า (Post Covid-19) จะมีการเปลี่ยนแปลงต่อการปฏิบัติหน้าที่ปัจจุบันของท่านหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

4. การพิจารณาเงินเดือนหรือค่าตอบแทนสำหรับบุคลากรของในองค์กรปัจจุบันที่ท่านปฏิบัติงาน ท่านคิดว่ามีความเหมาะสมกับภาระงานปัจจุบันหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

5. ท่านคิดว่าจากการที่ท่านเคยปฏิบัติหน้าที่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีผลต่อการปรับเปลี่ยนอาชีพไปปฏิบัติงานในธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง (Premium service) หรือไม่ อย่างไร (โปรดขยายความทั้งผลดีและผลเสีย)

.....
.....
.....

6. สิ่งใดที่ท่านพึงพอใจมากที่สุดและพึงพอใจน้อยที่สุด ในการปรับเปลี่ยนอาชีพจากพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ไปเป็นพนักงานที่องค์กรธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง (Premium service)

.....
.....
.....

7. ท่านคิดว่าคุณสมบัติใดที่ท่านมีมากกว่าที่องค์กรต้องการ (Overqualified) และน้อยกว่าที่องค์กรต้องการ (Underqualified) สำหรับการปรับเปลี่ยนจากพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ไปปฏิบัติงานในองค์กรธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง (Premium service)

.....
.....
.....

8. ท่านต้องมีการปรับตัวด้านใดมากที่สุด สำหรับการปรับเปลี่ยนจากพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ไปปฏิบัติงานในองค์กรธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูง (Premium service)

.....
.....
.....

ข้อคำถามแนวทางการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก(ผู้ประกอบการ)

ตอนที่ 1 (ผู้ประกอบการ)

1. ข้อมูลส่วนตัว

1.1 อายุ.....

1.2 เพศ.....

1.3 ตำแหน่งงานปัจจุบัน.....

1.4 ประสบการณ์ภาคบริการมูลค่าสูง (ปี).....

2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับธุรกิจภาคบริการมูลค่าสูงที่ท่านบริหารงานในปัจจุบัน (ยังอยู่ในช่วงภาวะการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า Covid-19)

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่าหลังภาวะการแพร่ระบาดของโควิดสิบเก้า (Post Covid-19) จะมีการเปลี่ยนแปลงต่อธุรกิจและการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานภาคบริการในองค์กรของท่านหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

4. การคัดเลือกบุคลากรภาคบริการในองค์กรที่ท่านบริหาร มีหลักเกณฑ์หรือแนวทางอย่างไร

.....

.....

.....

5. การพิจารณาเงินเดือนหรือค่าตอบแทนสำหรับบุคลากรภาคบริการในองค์กรที่ท่านบริหาร

(โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ที่เปลี่ยนอาชีพมาจากพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน) มีหลักเกณฑ์หรือแนวทางพิจารณาอย่างไร

.....

.....

.....

6. ท่านคิดว่าผู้ที่เคยปฏิบัติหน้าที่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีข้อดีและข้อเสียต่อการปรับเปลี่ยนอาชีพไปปฏิบัติงานในองค์กรของท่านอย่างไร (โปรดขยายความทั้งข้อดีและข้อเสีย)

.....

.....

.....

7. จากการทำงานร่วมกับผู้ที่ปรับเปลี่ยนอาชีพจากพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ท่านเห็นว่าคุณสมบัติใดของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีมากกว่าที่องค์กรต้องการ (Overqualified) และน้อยกว่าที่องค์กรต้องการ (Underqualified)

.....

.....

.....

8. จากบุคลากรที่ปรับเปลี่ยนอาชีพจากพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมาปฏิบัติงานในองค์กรของท่าน ท่านเห็นว่าคุณลักษณะนั้นๆต้องมีการเพิ่มทักษะการทำงานในด้านใดบ้าง ที่จะช่วยสนับสนุนให้องค์กรดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความได้เปรียบทางการแข่งขันกับองค์กรอื่น

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณค่ะ

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	พรรัตน์ พีรวงศ์สกุล
วัน เดือน ปี เกิด	9 กุมภาพันธ์ 2527
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	99/409 ม.1 ถ.วัดศรีวารีน้อย ต.ศรีษะจรเข้ น้อย อ.บางเสาธง จ. สมุทรปราการ 10570
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	2563-ปัจจุบัน : ผู้ช่วยผู้อำนวยการและอาจารย์ประจำสถาบันเทคโนโลยี การบินและอวกาศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขต บางพระ 2560-2562 : ศิษย์การบิน วิทยาลัยการบินนานาชาติ ม.นครพนม 2550-2560 : พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน สายการบินไทย 2549-2550 : พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน สายการบิน Etihad Airways
ประวัติการศึกษา	รัฐศาสตรบัณฑิต(การระหว่างประเทศ) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รางวัลหรือทุนการศึกษา	รางวัลชนะเลิศ การประกวดแนวปฏิบัติที่ดีของอาจารย์ในการจัดการเรียน การสอนสู่ความเป็นเลิศ ประเภทการจัดการเรียนการสอนที่มีบูรณาการกับ การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมในโครงการสัมมนาและแข่งขันทักษะทาง วิชาการ ด้านบริหารธุรกิจ 9 มทร. ครั้งที่ 9